

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ” ในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) จากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ “ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่” และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์โครงการเพื่อศึกษากระบวนการประชาสัมพันธ์ของโครงการผู้หญิงไม่สูบบุหรี่ และทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้หญิงที่สูบบุหรี่ เพื่อศึกษาการพัฒนาแนวทางในการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ โดยผลวิจัยที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แบ่งออกได้เป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

#### ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยโครงการ “ ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ”

- 1 ข้อมูลเบื้องต้นของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่
- 2 การประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ระหว่าง

ปี พ.ศ.2552 – พ.ศ.2553

- โครงสร้างการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่
- กระบวนการประชาสัมพันธ์ของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

3 พัฒนาการการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2537-พ.ศ.2553)

### ส่วนที่ 3 ผลวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มหญิงสูบบุหรี่

1. กระบวนการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง
2. การพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้  
ผู้หญิงสูบบุหรี่

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของมูลนิธินิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

ผลจากการวิเคราะห์เอกสาร และสัมภาษณ์บุคลากรของมูลนิธินิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ผู้วิจัยใคร่ขอนำเสนอผลการวิจัยส่วนที่ 1 โดยแยกออกเป็นหัวข้อย่อย ดังต่อไปนี้

##### 1. ที่มาขององค์กร

จากการศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และเอกสารของมูลนิธินิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ พบว่าที่มาของมูลนิธินิรณรงค์ฯ ได้เริ่มต้นจากการที่องค์การอนามัยโลกประกาศได้ประกาศให้ ปี พ.ศ. 2523 เป็นปีแห่งการไม่สูบบุหรี่ จากการประกาศดังกล่าวจึงนำมาสู่ความตื่นตัวให้กับหน่วยงานด้านสาธารณสุขในการแสวงหาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับอันตรายจากการสูบบุหรี่ที่มีต่อสุขภาพกันอย่างกว้างขวาง ศ.นพ.ประเวศ วะสี ซึ่งเป็นรองประธานมูลนิธินิรณรงค์ฯ ในขณะนั้น ได้มีโอกาสไปร่วมประชุมกับมูลนิธินิรณรงค์ฯ ในต่างประเทศมาโดยตลอด จึงได้รับรู้ข้อมูลเรื่องพิษภัยจากบุหรี่ที่มีการศึกษาจากในหลาย ๆ ประเทศ ซึ่งผลจากการศึกษาเกี่ยวกับบุหรี่ต่างแสดงแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน คือ บุหรี่ได้กลายเป็นสาเหตุแห่งการเจ็บป่วยและเสียชีวิตมากยิ่งขึ้นเรื่อย ๆ ขณะเดียวกัน ด้วยระยะเวลาอันยาวนานถึง 20-30 ปี กว่าที่อาการของโรคร้ายไข้เจ็บจะปรากฏ ทำให้ความตระหนักถึงพิษภัยของบุหรี่ต่อสุขภาพถูกละเลย ไม่ได้รับการใส่ใจจริงจังมาโดยตลอด

นอกจากนี้ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูล ยังระบุต่อไปว่า ในปี พ.ศ. 2528 ศ.นพ. ประเวศ จึงได้มีการพูดคุยกับกลุ่มคนทำงานในองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสาธารณสุขว่า อยากให้ช่วยกันรณรงค์ให้คนไทยลดการสูบบุหรี่ลง และสร้างค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่แก่คนรุ่นใหม่ โดยผล

จากการปรึกษาหารือร่วมกันได้นำไปสู่ความเห็นพ้องต้องกันว่าต้องมีการรณรงค์ในเรื่องนี้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ทางมูลนิธิหมอชาวบ้านจึงได้มีการมอบหมายให้คณะกรรมการประสานงานองค์กรพัฒนาเอกชนด้านสาธารณสุข หรือ คปอส. ศึกษา รวบรวมข้อมูล และประสานงานกับฝ่ายต่าง ๆ เพื่อจัดตั้งเป็นคณะทำงานขึ้นมาใหม่

ผลจากการศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า ในปี พ.ศ.2529 “โครงการรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่” จึงได้ถูกก่อตั้งขึ้นให้เป็นส่วนหนึ่งของมูลนิธิหมอชาวบ้าน โดยมูลนิธิหมอชาวบ้านได้มีการยกร่าง จัดทำโครงการ กิจกรรม และจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นมา โดยเชิญ ศ.นพ.ประเวศ วะสี เป็นประธาน ศ.นพ.อรรถสิทธิ์ เวชชาชีวะ อดีตอธิการบดีมหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งเคยร่วมงานด้านวิชาการและพัฒนางานการแพทย์ร่วมกับ ศ.นพ.ประเวศ มานาน เป็นรองประธาน และยังมีแพทย์รุ่นใหม่ที่ต้องการเห็นการเคลื่อนไหวเชิงรุกในการรณรงค์ปัญหาบุหรี่อีก 2 ท่าน คือ ศ.นพ. ประกิต วาทีสาธกกิจ อายุรแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านโรคปอด และ ผศ.นพ.ไพบูลย์ สุริยะวงศ์ไพศาล แพทย์ที่สนใจมิติทางสังคมวัฒนธรรมร่วมเป็นกรรมการ โดยมี นางสาวบังอร ฤทธิภักดี เป็นเจ้าหน้าที่ประจำโครงการเต็มเวลาเป็นคนแรก

อย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาข้อมูล ผู้วิจัยพบว่า คณะทำงานของโครงการนี้ได้มีการหารือในที่ประชุมและเห็นพ้องต้องกันว่าควรมีการเปลี่ยนชื่อโครงการจากชื่อ “โครงการรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่” ให้ถูกปรับเปลี่ยนเป็น “โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่” เพื่อนำเสนอความรู้สึกในเชิงบวก หลีกเลียงปฏิกิริยาต่อต้านจากสังคมบางส่วน และจากการวิเคราะห์เอกสารของโครงการในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา ประกอบกับผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารองค์กร ผู้วิจัยพบว่า แนวทางการรณรงค์เชิงบวกนี้ ได้ถูกยึดเป็นแนวทางหลักของโครงการรณรงค์ฯ ตลอดปีที่ผ่านมา และเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้กระแสการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่เป็นที่รู้จักในสังคม

“ในการรณรงค์ของเราให้หลีกเลี่ยงการใช้คำว่า “ต่อต้าน” เพราะเราไม่ได้เป็นศัตรูกับคนสูบ แต่เราเป็นศัตรูกับบุหรี่ เราต้องให้คนที่สูบและไม่สูบเป็นมิตรกับคนที่รณรงค์ ” (ศ.นพ. ประเวศ วะสี, หนังสือ 10 ปีแรก โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

และในวันที่ 11 กันยายน พ.ศ.2539 ซึ่งเป็นปีครบรอบปีที่ 11 ของการดำเนินโครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ทางด้านผู้บริหารของโครงการรณรงค์ฯ ได้ตัดสินใจที่จะแยกโครงการนี้ออกมาจาก “มูลนิธิหมอชาวบ้าน” และก่อตั้งเป็น “ มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ”

เพื่อเป็นองค์กรที่จะบริหารจัดการบรรณารักษ์เรื่องการสูบบุหรี่อย่างชัดเจน (มูลนิธิบรรณารักษ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2554 )

## 2. กลุ่มเป้าหมายขององค์กร

จากผลการศึกษาเอกสารของมูลนิธิบรรณารักษ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่พบว่า กลุ่มเป้าหมายในการบรรณารักษ์ได้ถูกกำหนดขึ้นให้มีความชัดเจนและเฉพาะเจาะจง แบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม คือ เด็ก เยาวชน ผู้หญิง พระภิกษุ สำนักงาน และคนที่อยากเลิกสูบบุหรี่ โดยเนื้อหาในการบรรณารักษ์ ลักษณะกิจกรรม และสื่อที่ใช้แตกต่างกันออกไป ซึ่งในส่วนของกิจกรรมและสื่อที่ใช้ในโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ จะกล่าวถึงภายหลังในส่วนที่ 2 ของผลการวิจัย

อย่างไรก็ตาม ใน 6 กลุ่มนี้ เด็กและเยาวชนถือเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญอันดับแรกสุดของโครงการบรรณารักษ์ เพราะถือว่าการป้องกันตั้งแต่แรกเริ่มจะช่วยสกัดกั้นปัญหาอื่น ๆ ที่จะเกิดตามมาอย่างได้ผลที่สุด (มูลนิธิบรรณารักษ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2554 )

## 3. หลักการขององค์กร

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารและการสัมภาษณ์บุคลากรของมูลนิธิบรรณารักษ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ พบว่าหลักการในการทำงานของมูลนิธิบรรณารักษ์ มีทั้งหมด 3 ข้อ ได้แก่ การมีความต่อเนื่อง การมีข้อมูลวิชาการรองรับอย่างจริงจัง และการมีแผนงานรองรับอย่างเป็นระบบ

### 3.1 การมีความต่อเนื่อง

ผลจากการวิจัยพบว่า มูลนิธิบรรณารักษ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ให้ความสำคัญกับความต่อเนื่องในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งความต่อเนื่องในที่นี้หมายถึง ความต่อเนื่องในเรื่องของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการข้อมูลข่าวสารที่จะเป็นประโยชน์กับการประชาสัมพันธ์ แต่ละโครงการบรรณารักษ์ของมูลนิธิบรรณารักษ์จะไม่ได้มีการจัดกิจกรรมเป็นประจำทุกเดือนหรือว่าทุกปี แต่ในแผนการประชาสัมพันธ์ของโครงการซึ่งเป็นแผนงานระยะยาวได้ถูก

กำหนดกิจกรรมของแต่ละโครงการไว้ก่อนแล้ว ดังนั้นในส่วนของข้อมูลทางมูลนิธิรณรงค์จึงมีการเก็บข้อมูลเอาไว้เป็นฐานข้อมูลและจะมีการอัปเดตข้อมูลใหม่อยู่เสมอ

“ต่อเนืองหมายถึงว่า ในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง ในเรื่องของตัวข้อมูล ถึงไม่ได้ต่อเนื่องในเรื่องของกิจกรรม หรือว่า Event ที่ต้องจัดทุกปี เพราะว่าตัวข้อมูลหรือว่าตัวกิจกรรมในแผนระยะยาวมันต้องมีอยู่แล้ว ไม่ใช่ปีนี้เราทำเรื่องผู้หญิง แล้วก็ไม่ได้ทำอีกเลย ต่อเนืองหมายถึงว่า มันต้อง hold ไว้ถึงไม่ได้มีกิจกรรมต่อเนื่อง ไม่ได้ทำทุกเดือน แต่ต้องมีข้อมูลเก็บไว้ ต้องมีตัวโครงการไว้ แล้วก็รับข่าวสารใหม่เพิ่มเติมด้วย ” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

### 3.2 การมีข้อมูลวิชาการรองรับอย่างจริงจัง

ผลจากการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์จะศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูล และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะสื่อสารรณรงค์ไม่ว่าจะเป็นงานวิจัยและข้อมูลทางด้านสุขภาพทั้งจากในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการประชาสัมพันธ์รณรงค์ไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมวิชาการ หรือการจัดกิจกรรม เพราะหากไม่มีข้อมูลต่างๆมารองรับจะทำให้ไม่ทราบเป้าหมายที่ชัดเจนของการดำเนินโครงการ และไม่สามารถดำเนินการเพื่อตอบโจทย์ต่างๆได้ ซึ่งในการนำข้อมูลต่างๆมาใช้ประกอบการทำโครงการ จะต้องมีการพิจารณาว่าข้อมูลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรมอย่างไร และเป็นประโยชน์มากน้อยแค่ไหน จากนั้นจึงจะนำข้อมูลที่ได้อามาสังเคราะห์และเก็บรวบรวมเป็นชุดข้อมูลเพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์โครงการ

“เราจะมีการศึกษาหาข้อมูลในสิ่งที่จะทำก่อนเสมอทั้งข้อมูลสุขภาพ งานวิจัยต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงนำมาสังเคราะห์และจัดรวบรวมเป็นชุดข้อมูลเพื่อให้สามารถนำมาใช้สื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ” ( แสงเดือน สุวรรณรัตน์, ผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 27 มกราคม 2554)

“ ข้อมูลที่จะมารองรับ หรือตัวข้อมูลทางวิชาการที่ต้องมา Support ในโครงการต่างๆ เราจะดูว่าข้อมูลมันเกี่ยวข้องกับอะไร เช่น เรื่องนี้มันเกี่ยวข้องกับเรื่องผู้หญิงกับสุขภาพ หรือว่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับอะไร โพลล์ งานวิจัยต่างๆเกี่ยวข้องกับโครงการไหน ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมที่ผู้หญิงสนใจ หรือว่า lifestyle ของผู้หญิงที่มีผลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของผู้หญิงมันเป็นในแนวไหน คือทุกอย่างมันจะต้องมีข้อมูลมารองรับ เพื่อว่าในการทำกิจกรรม ถ้าเราไม่มีข้อมูลตรงนี้ เราจะไม่รู้เลยว่าปัญหามันอยู่ตรงไหน เพราะว่ากิจกรรมที่เราทำขึ้นมาเพื่อแก้ไขปัญหา เพื่อให้มันไปตอบโจทย์กับปัญหาของเรา ดังนั้นจึงต้องมีข้อมูลรองรับเสมอไม่ว่าจะเป็นการจัดประชุมวิชาการ หรือว่าการจัดกิจกรรมต่างๆ” (ชวาลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, สัมภาษณ์ , วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

### 3.3 การมีแผนงานรองรับอย่างเป็นระบบ

ผลจากการวิจัยพบว่า มูลนิธิธรรมาภิบาลให้ความสำคัญกับการวางแผนการดำเนินงานที่เป็นระบบ และมีความชัดเจน โครงการแต่ละโครงการจะต้องมีความชัดเจน ทั้งวัตถุประสงค์ กรอบหรือระยะเวลาในการทำงาน ตลอดจนการกำหนดสื่อและกิจกรรมที่ชัดเจน กระบวนการดำเนินงานมีความครอบคลุมและมีความคล่องตัว เนื่องจากมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังถือว่าเป็นองค์กรขนาดเล็กมีเจ้าหน้าที่ภายในองค์กรไม่มากนัก การติดต่อสื่อสารกันภายในองค์กรจึงเป็นเรื่องที่ง่ายและคล่องตัวซึ่งถือเป็นข้อได้เปรียบเมื่อเทียบกับการดำเนินงานในองค์กรใหญ่ๆ

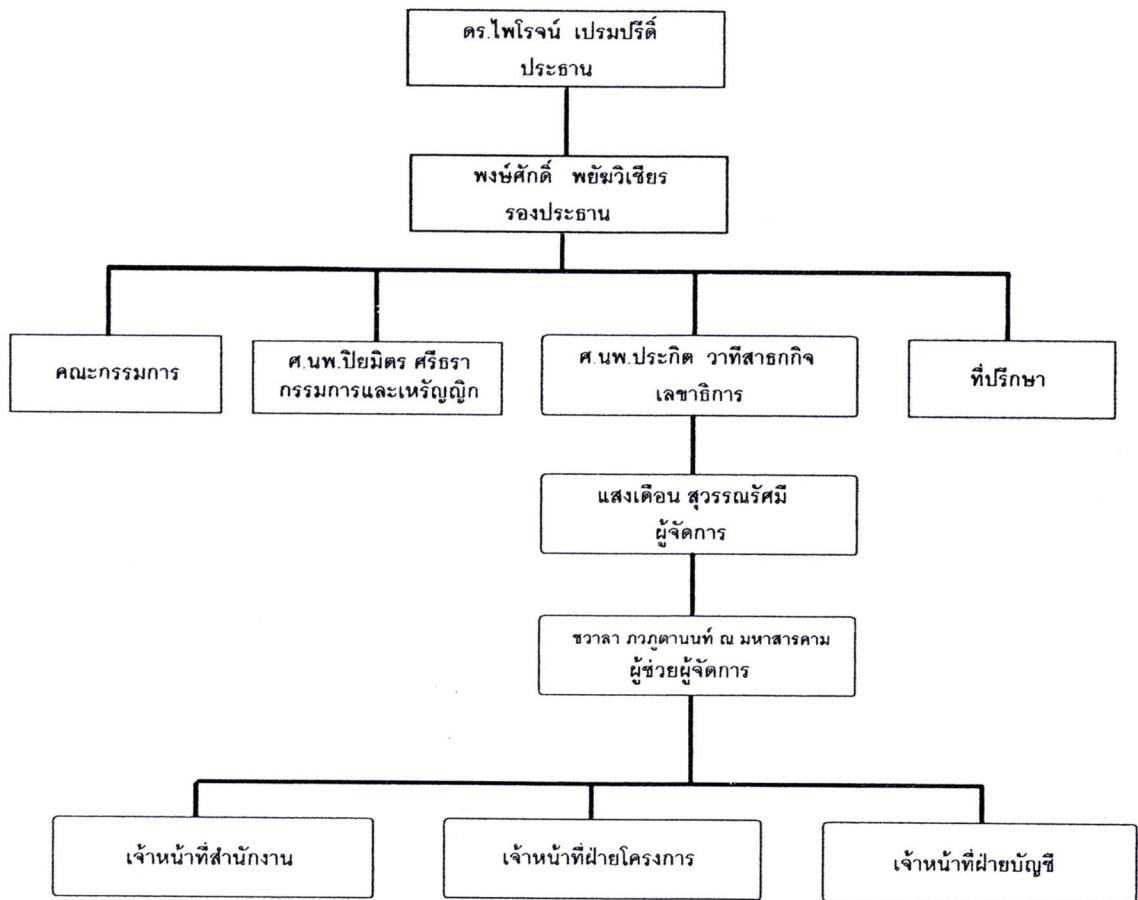
“...คือในตัวโครงการ จะต้องวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีกรอบระยะเวลาการทำงานที่ชัดเจน ในเรื่องของสื่อและตัวกิจกรรม ต้องมี Action plan ที่ชัดเจน ต้องให้มันครอบคลุมทุกอย่าง องค์กรเราจะได้เปรียบตรงที่ว่าเป็นองค์กรเล็ก ขึ้นตอนต่างๆมันจะไม่มีอะไรซับซ้อนมากเหมือนองค์กรใหญ่ๆ” (ชวาลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, สัมภาษณ์, วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการสัมภาษณ์ คุณชวาลา, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรมาภิบาล กล่าวไว้ว่า หลักการในการทำงานของมูลนิธิธรรมาภิบาลยังคงยึดหลักการ 3 ข้อเบื้องต้นเหมือนเดิม แต่สิ่งที่ต้องมีการเปลี่ยนแปลงคือกลวิธีที่ใช้ในการรณรงค์ ซึ่งมีผลมาจากสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นสภาพสังคม หรือสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ก็จะมีผลกระทบต่อวิธีการสื่อสาร กิจกรรม และปริมาณงบประมาณที่จะนำไปใช้ในการสื่อสารรณรงค์

“หลักการดำเนินการเหมือนเดิม แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงคือในเชิงของการสื่อสาร เพราะว่าต้องดูในเรื่องเทรนด์ ยุคสมัย ปัญหาที่มันเกิดขึ้น เกิดเปลี่ยนแปลง หลักการมันก็ต้องมีการเปลี่ยนแปลง เหมือนกับทฤษฎีที่มันก็เป็น Step แต่สิ่งที่เราจะต้องเคลื่อนไหว ก็จะเป็นในเรื่องของตัวกิจกรรม ตัวข้อมูล สิ่งที่เราจะ Support ให้งานของเรามันทำได้ดียิ่งขึ้น ในเรื่องของงบประมาณที่เข้ามาเกี่ยวข้อง คือแต่ละปีในเรื่องของงบประมาณ ปัญหาเศรษฐกิจต่างๆมันก็จะเปลี่ยนไป งบประมาณมันก็จะเปลี่ยนไป ในแต่ละเรื่องที่มันเกี่ยวข้องกับกิจกรรมเราก็อาจจะต้องการเปลี่ยนแปลงไปด้วย” (ชวาลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, , สัมภาษณ์, วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

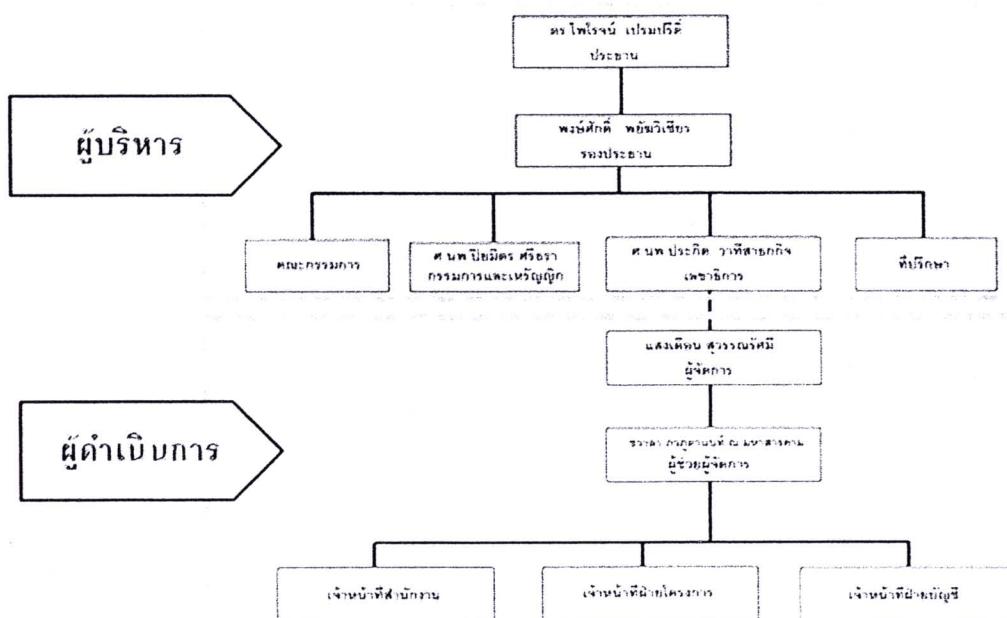
#### 4. โครงสร้างองค์กร

จากการศึกษาข้อมูลจากเว็บไซต์และเอกสารของมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผู้วิจัยได้ข้อมูลสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างขององค์กร อันประกอบด้วยข้อมูลด้านผู้บริหาร และบุคลากรขององค์กร (ดังแผนภาพที่ 4.1)



แผนภาพที่ 4.1 แสดงโครงสร้างมูลนิธินรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะโครงสร้างของมูลนิธินรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ผู้วิจัยได้แบ่งบุคลากรขององค์กรออกเป็น 2 กลุ่ม โดยประกอบไปด้วย 1) กลุ่มบุคลากรที่เป็นผู้บริหาร 2) กลุ่มบุคลากรที่เป็นผู้ดำเนินงาน (ดังแผนภาพที่ 4.2)



แผนภาพที่ 4.2 แสดงบุคคลากรที่เป็นผู้บริหารและบุคลากรที่เป็นผู้ดำเนินการของมูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

1) กลุ่มบุคลากรที่เป็นผู้บริหาร ซึ่งประกอบด้วย

-ประธานกรรมการ ได้แก่ ดร.ไพโรจน์ เปรมปรีดี ซึ่งเป็นนักวิทยาศาสตร์ชาวไทย สาขาเคมี อดีตคณบดี คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ติดต่อกัน 4 สมัย เป็นเวลา 16 ปี ปัจจุบันดำรงตำแหน่งประธานกรรมการ บริษัท กันตนา แอนิเมชัน จำกัด และ ประธานกรรมการมูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

-รองประธานกรรมการ ได้แก่ พงษ์ศักดิ์ พยัคฆ์เชียร กรรมการผู้อำนวยการใหญ่ บริษัท มติชนจำกัด (มหาชน) หรือหนังสือพิมพ์มติชน และผู้อำนวยการสถาบันวิศวกรรมพิมพ์ ได้รับรางวัล เป็นนักหนังสือพิมพ์ดีเด่น และเป็นศิษย์เก่าดีเด่น ของมหาวิทยาลัยวิสคอนซินเมื่อปี 2531 และในปี.2539 ได้รับรางวัล นักหนังสือพิมพ์ดีที่ควรงยกย่อง จากสมาคมนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ทั้งเป็นกรรมการร่างหลักสูตรด้านวารสารศาสตร์ และเป็นผู้บรรยายพิเศษ ทั้งในระดับปริญญาตรีและปริญญาโท ในสถาบันอุดมศึกษาหลายแห่งทั้งของรัฐและเอกชน

-เลขาธิการ ได้แก่ ศ.นพ.ประกิต วาทีสาธกกิจ อดีตคณบดีคณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี โดยเป็นแพทย์ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านโรคปอด ทั้งยังมีประสบการณ์ในการรักษาผู้ป่วยที่เป็นโรคถุงลมโป่งพองจนเป็นที่ยอมรับในสังคม ในปัจจุบันท่านได้หันมาทำงานทางด้านสังคมในการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่อย่างเต็มที่จนได้รับขนานนามว่า "มือปราบสิงห์อมควัน"

-กรรมการและเหรัญญิก ได้แก่ ศ.นพ.ปิยะมิตร ศีร์ธรา ผอ.ศูนย์หัวใจหลอดเลือด และเมแทบอลิซึม และรองหัวหน้าภาควิชาอายุรศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาล รามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล

#### -คณะกรรมการ ประกอบด้วย

คุณสันติ วิริยะรังสฤษฎ์	บรรณาธิการ วารสารการเงินธนาคาร
ผศ.อำนาจ เย็นสบาย	รองอธิการบดีฝ่ายเครือข่ายการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (มศว)
คุณอรสา คุณวัฒน์	กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิสภามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
คุณบังอร ฤทธิภักดี	ประธานเครือข่ายการควบคุมการบริโภคยาสูบในภูมิภาคอาเซียน
ดร.นิรันดร์ จิระสันติการ	กรรมการผู้อำนวยการมูลนิธิโยนก
คุณสงวน ลีวมนิมนต์	สมาชิกสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ กลุ่มในภาคเศรษฐกิจ:การผลิตด้านการบริการ
อาจารย์อารีย์ ปาลเดชพงศ์	ผู้อำนวยการโรงเรียนอนุบาลเด่นหล้า

คุณทวีสิน สถิตรัตน์ชิวิน	ผู้บริหารและบรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา บริษัท หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ จำกัด
อาจารย์เจต ประภามนตรีพงศ์	ผู้อำนวยการและผู้จัดการ โรงเรียนในเครือประภามนตรี

-ที่ปรึกษา ประกอบด้วย

คุณดอกดิน กัญญาบาลย์	นักแสดง ผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้สร้างภาพยนตร์ ได้รับการ เชิดชูเกียรติ รางวัลนาถิประจำปี พ.ศ. 2550
คุณวีณา แสงเสงี่ยม	ผู้ช่วยเลขาธิการมูลนิธิพระดาบส ฝ่ายบริหาร
คุณดำรง พุฒตาล	นักธุรกิจและนักสื่อสารมวลชน อดีตสมาชิกวุฒิสภา กรุงเทพมหานคร จากการเลือกตั้ง พ.ศ. 2544 เป็น เจ้าของนิตยสารคู่สร้างคู่สม
คุณรมิตา รัชเชลล์	รองผู้อำนวยการฝ่ายผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสตรี กลุ่ม บี บริษัท ไอ.ซี.ซี.อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (มหาชน)
คุณกรรณิกา ธรรมเกษร	พิธีกรรายการโทรทัศน์ และผู้ประกาศข่าวทาง ช่อง 3

2) กลุ่มบุคลากรที่เป็นผู้ดำเนินงาน ซึ่งประกอบด้วย

- ผู้จัดการ ได้แก่ คุณแสงเดือน สุวรรณวัศมี
- ผู้ช่วยผู้จัดการ ได้แก่ คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม
- เจ้าหน้าที่สำนักงาน ได้แก่ คุณนวลฉวี ธีรชีพ
- เจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี ได้แก่ คุณรัชดาภรณ์ ก่อตั้งทรัพย์

-เจ้าหน้าที่โครงการ ได้แก่

คุณสถาพร จิรัตนานนท์	คุณวัลภา แก้วศิริ
คุณสุขสันต์ เสดานนท์	คุณอุลย์ลักษณ์ ศิริสุรัตน์
คุณชูรุณี พิษณุกุลมงคล	คุณจุฑามาศ มหานันทโพธิ์
คุณเพ็ญประภา ชีระกุล	คุณธวัชชัย ก่อบุญ
คุณกนกวรรณ ชมเชย	คุณแก้ว วิฑูรย์เธียร

กลุ่มบุคลากรที่เป็นผู้ดำเนินการ คือกลุ่มเจ้าหน้าที่ขององค์กรที่มีหน้าที่ในการดำเนินการรณรงค์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผู้วิจัยพบว่า การดำเนินการรณรงค์นั้นจะอยู่ในส่วนของเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการ ซึ่งเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการจะถูกมอบหมายให้รับผิดชอบโครงการแต่ละโครงการขององค์กรทั้งหมด 12 โครงการ ได้แก่ โครงการสถานที่สาธารณะปลอดบุหรี่, โครงการโรงพักปลอดบุหรี่, โครงการเครือข่ายครูนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, โครงการโรงเรียนปลอดบุหรี่, โครงการเยาวชนอาสาสร้างสถานศึกษาปลอดบุหรี่, โครงการร้านอาหารปลอดบุหรี่, โครงการบ้านปลอดบุหรี่, โครงการสำนักงานปลอดบุหรี่, โครงการโรงพยาบาลปลอดบุหรี่, โครงการวัดปลอดบุหรี่, โครงการรู้ให้ทันกลยุทธ์ทางการตลาดของบริษัทบุหรี่ และ โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

การดำเนินการภายใต้โครงสร้างองค์กร

ในส่วนของกรดำเนินการรณรงค์ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผู้วิจัยพบว่าองค์กรมีการดำเนินงานภายในองค์กรในรูปแบบ Bottom-up โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการแต่ละโครงการจะเป็นผู้วางแผนงานเพื่อนำเสนอและขอการอนุมัติในที่ประชุมองค์กร ซึ่งการประชุมภายในองค์กรนั้นจะถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การประชุมคณะกรรมการ ซึ่งจะเป็นการประชุมใหญ่ขององค์กรที่จะจัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง ส่วนที่ 2 เป็นการประชุมแผนงานโครงการซึ่งจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกเดือน มีองค์ประชุมคือ เลขานุการ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการ เจ้าหน้าที่สำนักงานและเจ้าหน้าที่ฝ่ายบัญชี

## ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยโครงการ ” ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ “

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยส่วนที่ 2 ออกเป็น 3 ประเด็นใหญ่ ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลเบื้องต้นของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่
2. การประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ระหว่าง

ปี พ.ศ.2552 – พ.ศ.2553

3. พัฒนาการการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2537-พ.ศ.2553)

### 1. ข้อมูลเบื้องต้นโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

ผลจากการวิเคราะห์เอกสารของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่และจากการสัมภาษณ์บุคคลกรที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินโครงการ ผู้วิจัยได้ข้อมูลเกี่ยวกับที่มาของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ดังต่อไปนี้

โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่เป็นหนึ่งในหลายๆโครงการรณรงค์ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ โดยมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้ริเริ่มให้มโนนโยบายที่จะรณรงค์เรื่องการสูบบุหรี่ในกลุ่มผู้หญิงครั้งแรกในปี พ.ศ.2537 และมีการดำเนินโครงการต่างๆมาอย่างต่อเนื่องจนถึงในปัจจุบัน

ผลจากการวิจัยพบว่า แนวคิดการรณรงค์ป้องกันหญิงไทยไม่ให้สูบบุหรี่ได้เริ่มต้นจากการที่เลขาธิการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ศ.เกียรติคุณ นพ.ประกิต วาทีสาธกกิจ และกรรมการคณะกรรมการควบคุมการบริโภคยาสูบแห่งชาติ ได้เข้าร่วมทีมเจรจาการเปิดตลาดบุหรี่เสรีในปี พ.ศ.2532 และพบว่าบริษัทบุหรี่ต่างชาติกำลังมีแผนการวางตลาดบุหรี่สำหรับผู้หญิงที่ฮอเวอร์จีเนีย สลิม ในประเทศไทยและในประเทศที่เปิดให้มีการนำเข้าบุหรี่ในเอเชีย โดยในขณะนั้นได้มีการเปิดตลาดบริษัทบุหรี่ข้ามชาติดังกล่าวในประเทศญี่ปุ่น และประเทศไต้หวัน ส่งผลให้อัตรา

การสูบบุหรี่ของผู้หญิงในทั้งสองประเทศเพิ่มขึ้นในทันที ( 2 ทศวรรษการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ,2551)

สำหรับในประเทศไทย ก่อนหน้าที่จะมีการเปิดตลาดบุหรี่จากต่างประเทศ อุตสาหกรรมยาสูบไทยได้พยายามที่จะเปิดตลาดบุหรี่สำหรับผู้หญิง โดยโรงงานยาสูบได้พยายามที่จะทำตลาดสำหรับผู้หญิงโดยการผลิตบุหรี่ยี่ห้อ “ดาว ” ซึ่งเป็นบุหรี่ที่ผลิตขึ้นมาสำหรับผู้หญิงโดยเฉพาะ แต่ไม่ประสบความสำเร็จ เมื่อต้องเปิดตลาดให้กับบริษัทบุหรี่ข้ามชาติซึ่งมีเป้าหมายการโฆษณาและการตลาดที่พุ่งเป้าไปที่การชักจูงให้ผู้หญิงเริ่มสูบบุหรี่ จากเหตุการณ์นี้ไปสู่วิธีความพยายามที่จะเรียกร้องให้รัฐบาลกำหนดเงื่อนไขเพื่อต่อต้านการเปิดตลาดของบริษัทบุหรี่ข้ามชาติในประเทศไทย โดย ศ.เกียรติคุณ นพ.ประกิต วาทีสาธกกิจ ได้เสนอให้รัฐบาลไทยกำหนดเงื่อนไขการเปิดตลาดบุหรี่ว่าให้มีการห้ามนำเข้าบุหรี่ที่ผลิตสำหรับผู้หญิง เพื่อควบคุมอัตราการสูบบุหรี่ของผู้หญิงไม่ให้เพิ่มขึ้น ซึ่งในขณะนั้นอัตราการสูบบุหรี่ของผู้หญิงไทยอยู่ในอัตราที่ต่ำมาก

อย่างไรก็ตาม แนวทางในการต่อต้านดังกล่าวไม่สามารถที่จะเกิดขึ้นได้จริง เนื่องจากการกระทำที่ขัดกับกฎการค้าเสรีโลก ด้วยเหตุนี้ ในปี พ.ศ.2533 จึงได้มีการเปิดตลาดบริษัทบุหรี่ข้ามชาติในประเทศไทย และส่งผลให้บุรุษยี่ห้อเวอร์จิเนียสลิม และยี่ห้ออื่นๆที่มุ่งจูงใจให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ก็หลั่งไหลกันเข้ามาในตลาดบุหรี่ในประเทศไทย

ดังนั้น เพื่อรับมือกับการเผชิญหน้ากับการนำเข้าบุหรี่ต่างประเทศ ศ.เกียรติคุณ นพ.ประกิต วาทีสาธกกิจ จึงต้องหันมาใช้มาตรการทางสังคมเพื่อแก้ปัญหาโดยใช้วิธีการรณรงค์ให้ผู้หญิงไทยไม่สูบบุหรี่แทน ด้วยเหตุนี้ “โครงการหญิงไทยไม่สูบบุหรี่” จึงถูกจัดตั้งขึ้น เพื่อสร้างความตื่นตัวเรื่องพิษภัยของบุหรี่ในหมู่ผู้หญิง และเพื่อคงไว้ซึ่งค่านิยมและเอกลักษณ์ของผู้หญิงไทยที่ไม่สูบบุหรี่ โดยได้มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่องและได้มีการเปลี่ยนชื่อโครงการเป็น “ ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่” อย่างที่รู้จักในปัจจุบัน (ประกิต วาทีสาธกกิจ, 2545)

## 2. การประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ระหว่างปี พ.ศ.2552-พ.ศ.2553

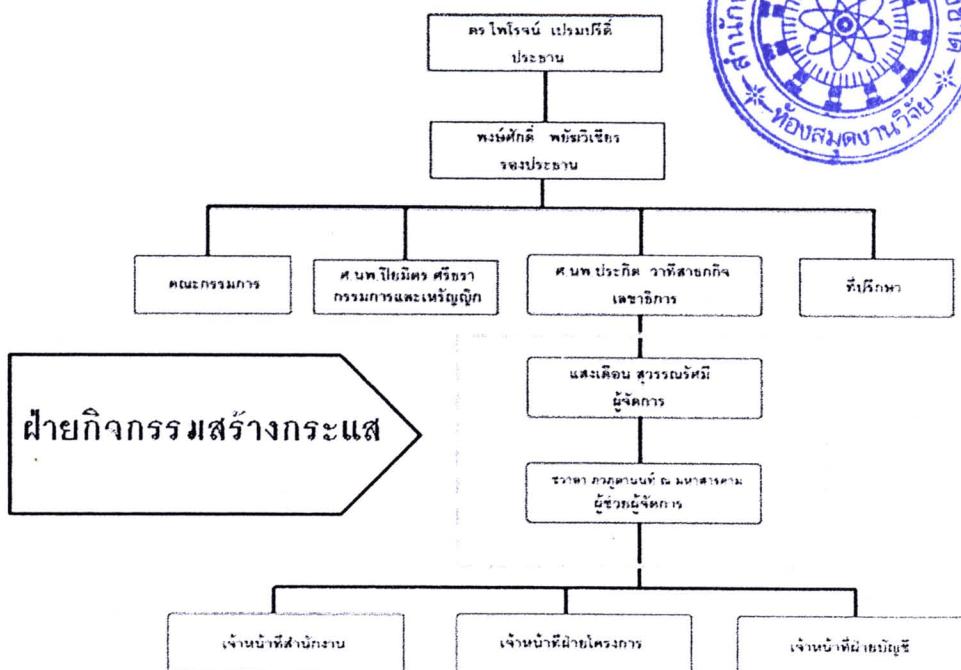
ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดผลการวิจัยส่วนนี้เพื่อตอบโจทย์การวิจัยด้านกระบวนการประชาสัมพันธ์ซึ่งจะนำเสนอในเรื่องของภาพรวมในการประชาสัมพันธ์ของโครงการ

ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ซึ่งผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยส่วนนี้ออกเป็น 2 ประเด็น คือ โครงสร้างการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ และกระบวนการประชาสัมพันธ์ของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ระหว่างปี พ.ศ.2552-พ.ศ.2553

## 2.1 โครงสร้างการทำงานด้านประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วในข้างต้นว่า มุลินิธรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่เป็นองค์กรขนาดเล็กซึ่งมีบุคลากรภายในองค์กรน้อย หน้าที่ในการประชาสัมพันธ์จะถูกมอบหมายให้กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการที่มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการที่ตนเองได้รับมอบหมายอยู่แล้ว เนื่องจาก มุลินิธรณรงค์มีบุคลากรค่อนข้างจำกัด ดังนั้น เจ้าหน้าที่ในองค์กรหนึ่งคนจะต้องรับผิดชอบหน้าที่หลายอย่างในเวลาเดียวกัน

ผลจากการวิจัยพบว่า เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านบุคลากร มุลินิธรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่จึงไม่ได้จัดตั้งฝ่ายประชาสัมพันธ์ขึ้นมาอย่างเป็นทางการ แต่มีเจ้าหน้าที่ฝ่ายที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ของมุลินิธรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ และคนในองค์กรจะเรียกฝ่ายนี้ว่า " ฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแส " ซึ่งในส่วนของฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแสโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จะมีผู้รับผิดชอบ 2 คน คือ คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม ผู้ช่วยผู้จัดการมุลินิธรณรงค์ฯ และคุณวัลภา แก้วศรี เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ (ดังแผนภาพที่ 4.3)

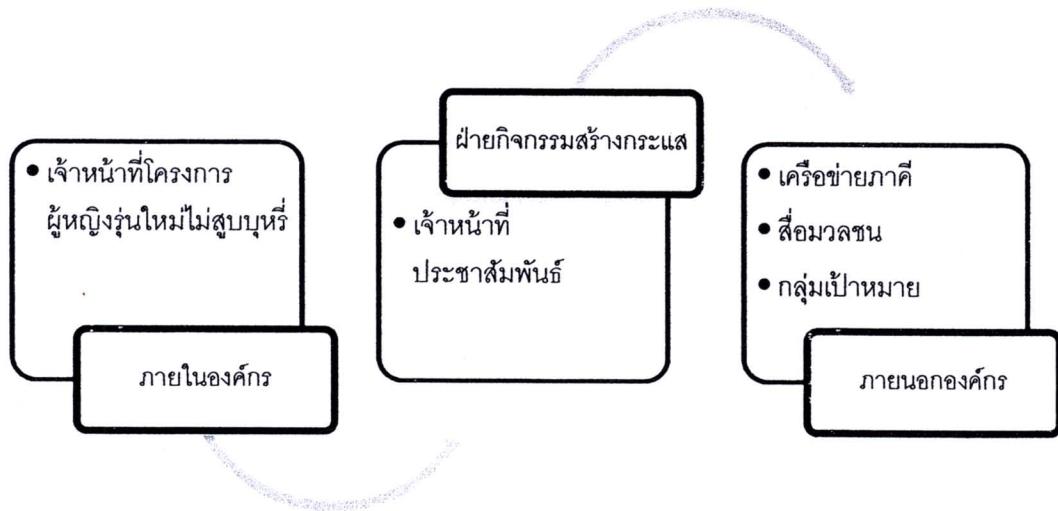


แผนภาพที่ 4.3 แผนภาพแสดงฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแสของมูลนิธิธรนรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

“ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ เราเรียกว่า ฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแส มูลนิธิธรนรงค์มีหลายโครงการที่รับผิดชอบอยู่ แต่เราไม่ได้มีฝ่ายประชาสัมพันธ์ในทุกๆโครงการ แต่ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะถูกแยกออกมาต่างหาก แต่ละโครงการก็จะมีเจ้าหน้าที่ประสานงานประจำโครงการ แบ่งตามแผนงานของแต่ละโครงการ เพราะว่าเจ้าหน้าที่มีค่อนข้างน้อย เจ้าหน้าที่คนหนึ่งๆรับหน้าที่หลายโครงการ ” (คุณชวลา ภาวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรนรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ )

ผลการวิจัยโครงสร้างการทำงานด้านการประชาสัมพันธ์ของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ สามารถเขียนออกมาเป็นแผนภาพ ดังนี้

แผนภาพที่ 4.4 แผนภาพแสดงโครงสร้างการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ของ  
โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่



(ที่มา: จากการสัมภาษณ์ คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

ฝ่ายประชาสัมพันธ์องค์กรจะมีหน้าที่ประสานงานด้านประชาสัมพันธ์ ให้กับเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการทั้ง 12 โครงการ เป็นผู้ดำเนินงานและช่วยเหลือในเรื่องของการประชาสัมพันธ์โครงการ และกิจกรรมที่เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการแต่ละโครงการกำหนดไว้ในแผนงานของตนเอง เมื่อจะมีการจัดกิจกรรมขึ้น ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะเป็นผู้ประสานงานกับสื่อมวลชน กลุ่มเป้าหมายและเครือข่ายภาคีของมูลนิธิณรงค์ฯ แทนเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการ ในเรื่องของการติดต่อส่งข้อมูล เอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่จะประชาสัมพันธ์

“ ฝ่ายประชาสัมพันธ์จะมีพี่ แล้วก็มีวัลภา ซึ่งจะมาช่วยประชาสัมพันธ์แต่ละแผนงาน ช่วยประชาสัมพันธ์โครงการและตัวกิจกรรมของแต่ละโครงการ เชื่อมโยงและประสานของแต่ละฝ่าย เวลาเขาจะจัดกิจกรรมอะไรเราก็จะไปช่วยเขาประชาสัมพันธ์ตัวแผนงานด้วย ไม่ว่าจะเป็นตัวโครงการ ตัวกิจกรรม ประสานช่องทางในการจะสื่อข้อมูลไปให้กับทางสื่อมวลชน ภาคี

กลุ่มเป้าหมาย” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาคน  
บุรี )

### เครือข่ายภาคีของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

จากการศึกษาเอกสารและจากการสัมภาษณ์บุคลากรที่รับผิดชอบการดำเนินงานของ  
โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่พบว่า การดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบ  
บุหรี่ของมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาคน จะต้องมีการติดต่อประสานงานร่วมกับเครือข่ายภาคี  
ของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ซึ่งเป็นองค์กรภายนอก โดยพบว่าเครือข่ายภาคีของโครงการ  
ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ มีดังต่อไปนี้

#### 1.ด้านองค์ความรู้ :

โดยมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาคนได้พัฒนาการสร้างความสัมพันธ์ภาพอย่างใกล้ชิด  
กับภาคีด้านองค์ความรู้ต่างๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมรณรงค์โครงการ  
ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ตลอดจนนำมาใช้ผลักดันนโยบายต่างๆในการควบคุมบริโภคยาสูบ โดย  
องค์กรภาคีดังกล่าว ได้แก่

##### ●สำนักงานสถิติแห่งชาติ (สสช.)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ เป็นส่วนราชการสังกัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการ  
สื่อสาร จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2458 มีหน้าที่ความรับผิดชอบในการจัดทำแผนแม่บท  
เกี่ยวกับการดำเนินงานทางสถิติของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมและพัฒนางานสถิติของรัฐและเอกชน ใน  
การจัดทำสำมะโนหรือการสำรวจตัวอย่าง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554 : ออนไลน์)

##### ●ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)

ศจย. เป็นองค์กรที่มีฐานะเป็นโครงการอิสระของมหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้รับทุน  
สนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส) ในการทำหน้าที่เป็นเหมือน  
ศูนย์กลางข้อมูลข่าวสารด้านการควบคุมการบริโภคยาสูบ ตลอดจนพัฒนาความร่วมมือ และ  
เครือข่ายวิชาการในการควบคุมการบริโภคยาสูบ โดยเชื่อมประสานกับบุคคล กลุ่มบุคคล องค์กร /

สถาบัน ทั้งภาครัฐ/ ภาคเอกชน และประชาชน ทั้งภายในและต่างประเทศ (ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ,2554 : ออนไลน์)

### ● **สำนักวิจัยเอแบคโพลล์**

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ ก่อตั้งเมื่อปี 2538 โดยมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ โดยเป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ให้บริการด้านการสำรวจ วิจัย ข้อมูลทางสถิติ เกี่ยวกับความคิดเห็น ทศนคติ ความเชื่อ พฤติกรรม และประเด็นต่างๆของสังคมให้กับองค์กรต่างๆทั้งหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชน นอกจากบริการด้านการสำรวจแล้วยังมีให้บริการอื่นๆ เช่น การฝึกอบรม การให้คำแนะนำปรึกษา และคลินิกงานวิจัย

โดยผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลที่มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้จากสำนักงานสถิติแห่งชาติและสำนักวิจัยเอแบคโพลล์จะเป็นข้อมูลเชิงสถิติที่เกี่ยวข้องกับจำนวนและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของผู้หญิงไทย แต่ในส่วนของข้อมูลที่ได้จาก ศจย.จะเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคยาสูบของผู้หญิง (สำนักวิจัยเอแบคโพลล์,2554 : ออนไลน์)

## 2. **ด้านงบประมาณ:**

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. ในการดำเนินการรณรงค์โครงการต่างๆขององค์กร ซึ่งรวมถึงงบประมาณในการดำเนินโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ด้วย

### ● **สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)**

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)เป็นหน่วยงานของรัฐที่มีใช้ส่วนราชการหรือรัฐวิสาหกิจจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ พ.ศ. 2544 อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี มีรายได้จากภาษีสรรพสามิตยาสูบและสุราในอัตราร้อยละ 2 ต่อปี ทำหน้าที่ จุดประกาย กระตุ้น สนับสนุน และประสานความร่วมมือกับกลุ่มบุคคล องค์กร และชุมชนทั่วไป (ภาคี สร้างเสริมสุขภาพ) ตลอดจนการให้งบประมาณกับหน่วยงานต่างๆในกิจกรรมที่ส่งเสริมด้านสุขภาพ

มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่เป็นหนึ่งในภาคีซึ่งได้รับงบประมาณสนับสนุนจาก สสส. โดยจากการวิจัยพบว่า ทางมูลนิธิธรรมาภิบาลจะมีการทำเรื่องขออนุมัติงบประมาณจาก สสส. โดยมูลนิธิธรรมาภิบาลจะแจ้งรายละเอียดของแผนการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสื่อและกิจกรรมต่างๆของแต่ละโครงการที่จะจัดในปีนั้นๆ ซึ่งทาง สสส.ก็จะจัดสรรให้เป็นงบประมาณประจำปีไว้สำหรับการดำเนินกิจกรรมธรรมาภิบาลตลอดทั้งปี

นอกจากการสนับสนุนด้านงบประมาณแล้ว สสส.ยังร่วมมือกับภาคีในการกำหนดนโยบายสาธารณะ และมาตรการสร้างเสริมสุขภาพอย่างจริงจังในการพัฒนาความรู้ และจัดการระบบข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการสร้างเสริมสุขภาพพัฒนาขีดความสามารถบุคคลากร และการบริหารจัดการเพื่อสร้างเสริมสุขภาพในองค์กรทุกระดับส่งเสริมบทบาทของสื่อเพื่อปรับเปลี่ยนความคิด และพฤติกรรมของประชาชนในการสร้างเสริมสุขภาพเสริมพลังแก่องค์กรของรัฐในการแก้ปัญหาสุขภาพที่เกิดขึ้นฉับพลันให้ขับเคลื่อนได้อย่างทันเวลา (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ, 2554 : ออนไลน์)

### 3.ด้านความร่วมมือหรือแนวร่วมในการณรงค์:

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีความความพยายามในการสร้างเครือข่ายหรือแนวร่วมในการณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่กับองค์กรหรือหน่วยงานที่ทำงานด้านผู้หญิง เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างองค์กรและเป็นการสร้างเสริมให้การณรงค์มีความต่อเนื่องและแข็งแกร่งขึ้น โดยทางมูลนิธิธรรมาภิบาลจะมีการเรียนเชิญให้หน่วยงานดังกล่าวส่งตัวแทนมาเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ เช่น การสัมมนาหรือประชุมทางวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ในผู้หญิง ซึ่งหน่วยงานที่กล่าวถึงนั้น ได้แก่

#### ● สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์

สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ก่อตั้งเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2499 เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางประสานงานส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรสตรีทั่วประเทศโดยศึกษาหาความรู้และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างองค์กรสตรี ทั้งในและนานาชาติ ในอันที่จะสร้างเสริมความมั่นคง ด้านสวัสดิภาพ ความเป็นอยู่ และความเข้าใจอันดีซึ่งกัน

และกันของมนุษยชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งของสตรี ตลอดจนสร้างความร่วมมือและประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ ในการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์ต่อสตรีและสังคม (สภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์, 2554 : ออนไลน์)

### ● มุลนิธิเพื่อนหญิง

มูลนิธิการพัฒนาเอกชน ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2523 ภายใต้ชื่อ "กลุ่มเพื่อนหญิง" ได้รับการจดทะเบียนโดยกรุงเทพมหานคร เป็น "มูลนิธิการพัฒนาเอกชน" และมีฐานะเป็นนิติบุคคลจากกระทรวงมหาดไทย เมื่อวันที่ 5 กันยายน 2534 มีบทบาทพิทักษ์สิทธิและให้ความช่วยเหลือสตรีที่ตกอยู่ในภาวะวิกฤติ อาทิ จากภัยคุกคามทางเพศ ตั้งครรภ์ไม่พึงประสงค์ สามีทอดทิ้งทำร้ายทุบตี ถูกล่อลวงและบังคับค้าประเวณี ถูกเลิกจ้างโดยไม่เป็นธรรม และถูกเลือกปฏิบัติในเรื่องของอาชีพ เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ มูลนิธิฯ ได้นำข้อมูลเผยแพร่ต่อสาธารณชนและนำเสนอต่อภาครัฐเพื่อผลักดันให้กำหนดนโยบายและแนวปฏิบัติที่เป็นจริงในการคุ้มครอง พิทักษ์สิทธิ รวมถึงการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของสตรีโดยรวม โดยมีลักษณะการทำงานโดยการเลือกบางประเด็น บางพื้นที่ และทำงานอย่างต่อเนื่องและจริงจังจนเกิดเป็นองค์ความรู้และพัฒนาเป็นต้นแบบในทางปฏิบัติขยายผลไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ทั้งในกลไกของรัฐและชุมชนสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้หญิงและเครือข่าย ส่งผลให้เกิดการพึ่งตนเองได้ (มูลนิธิเพื่อนหญิง, 2554 : ออนไลน์)

### ● มูลนิธิผู้หญิง

มูลนิธิการพัฒนาเอกชน ซึ่งดำเนินการพัฒนาสตรี ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้หญิง และเด็กที่ประสบปัญหา ตลอดจนรณรงค์ให้สังคมตระหนัก ถึงปัญหาที่ผู้หญิง เผชิญอยู่ในสังคมปัจจุบัน ได้แก่ ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว และความรุนแรงทางเพศในรูปแบบต่างๆ มูลนิธิผู้หญิง ส่งเสริมและสนับสนุน ให้ผู้หญิงได้รับสิทธิเสมอภาค เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ และรณรงค์เผยแพร่เพื่อสร้างค่านิยมใหม่ ของหญิงชายในสังคม

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความช่วยเหลือแก่ผู้หญิงที่ทุกข์ยากและด้อยโอกาสในสังคม ด้วยการจัดการให้การศึกษา และผลิตสื่อที่เหมาะสมแก่ผู้หญิงในสาขาอาชีพต่างๆ ตลอดจนจัดทำกรวิจัยและเผยแพร่ข้อมูล ที่เกี่ยวกับผู้หญิงและดำเนินโครงการต่างๆ เพื่อการพัฒนาผู้หญิง

โดยมีการร่วมมือกับองค์การสาธารณะประโยชน์อื่น ๆ ในการดำเนินงานด้วย (มูลนิธิผู้หญิง, 2554 : ออนไลน์)

### สื่อมวลชน

โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ให้ความสำคัญกับการใช้สื่อมวลชนเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสาร โดยใช้เป็นช่องทางในการปล่อยสปอตโฆษณาณรงค์ทางโทรทัศน์และสปอตณรงค์ทางวิทยุ นอกจากนี้ทางมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังมีติดต่อกับองค์กรสื่อมวลชน โดยการเชิญให้ตัวแทนสื่อมวลชนเข้าร่วมในกิจกรรมของโครงการเพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรณรงค์และการสูบบุหรี่ในกลุ่มผู้หญิงเพื่อให้สื่อมวลชนสามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับโครงการไปเผยแพร่ต่อประชาชน ตลอดจนเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสื่อมวลชนและองค์กรอันจะเป็นประโยชน์ต่อการรณรงค์ในอนาคต ซึ่งจากการสัมภาษณ์คุณวัลภา แก้วศรี, เจ้าหน้าที่โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่และเจ้าหน้าที่ฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแส พบว่าองค์กรสื่อมวลชนดังกล่าวมีดังนี้

#### ● สถานีโทรทัศน์ช่อง 3

สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 เป็นสถานีโทรทัศน์ในกลุ่มของบริษัท บีอีซีเวิลด์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งได้รับการจัดตั้งขึ้นโดยกลุ่ม "มาลีนนท์" ในระหว่างปี 2538 โดยการรวบรวมบริษัทของ "มาลีนนท์" ที่ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดำเนินการออกอากาศ (BROADCASTING) ออกอากาศโทรทัศน์ (FREETV) ได้แก่ บริษัท บางกอกเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด ซึ่งมีสัญญาร่วมดำเนินการส่งโทรทัศน์สีกับองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทยดำเนินการออกอากาศโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 จนถึงเดือนมีนาคม 2563 อีก 24 ปี) โดยเป็น เจ้าของเวลาออกอากาศทั้งหมดมีเจ้าหน้าที่จัดผังรายการออกอากาศให้เหมาะสมให้สามารถมีจำนวนผู้ชมสูงสุด

#### ● สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกออกอากาศครั้งแรกเมื่อวันที่ 25 มกราคม 2501 จากอาคารสวนอัมพรในระบบ F.C.C. (Federal Communication Committee) สัญญาณ 525 เส้น ภาพขาวดำ ใช้ชื่อสถานีว่า "สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7" กำลังออกอากาศของเครื่องส่ง 5 กิโลวัตต์ และเพิ่ม 12 เท้า ที่สายอากาศบนเสาสูง 300 ฟุตเป็นกำลังออกอากาศ 60 กิโลวัตต์ ชื่อสากลของ

สถานี "HSATV" และชื่อย่อว่า "ททบ." สถานีโทรทัศน์แห่งที่สองในประเทศไทย โดยสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ พัฒนาและปรับเปลี่ยนการนำเสนอรายการใหม่ ทั้งรูปแบบและเนื้อหาของรายการบนพื้นฐาน "ความบันเทิงบนสาระ (Edutainment) เพื่อกระตุ้นความสนใจของผู้ชมให้หันมาชมรายการที่สนุก และมีสารประโยชน์มากขึ้นในปี 2552 บริษัทฯ ได้ปรับผังรายการ โดยมีสัดส่วนรายการดังนี้ ประเภทข่าวร้อยละ 36.62 ประเภทสาระและความรู้ร้อยละ 21.38 ประเภทบันเทิงร้อยละ 33.39 ประเภทกีฬาร้อยละ 5.68 และประเภทส่งเสริมรายการและบริการสาธารณประโยชน์ร้อยละ 2.92

### ● สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7

สถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 7 หรือ "ช่อง 7 สี" เริ่มแพร่ภาพตาม มาตรฐาน CCIR 625 เส้น ระบบ PAL เป็นครั้งแรก เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2510 ด้วยการถ่ายทอดสดการประกวดนางสาวไทยในงานวชิราวุธานุสรณ์จากบริเวณ วังสราญรมย์ ต่อมาในปี 2516 ช่อง 7 สี ได้เริ่มจัดตั้งสถานีถ่ายทอดสัญญาณใน ต่างจังหวัด และในปี พ.ศ. 2521 ได้ริเริ่มการออกอากาศ โดยถ่ายทอด สัญญาณผ่านดาวเทียมจากกรุงเทพมหานคร ไปสู่สถานีเครือข่ายใน ทุกภูมิภาคเป็น สถานีแรกของประเทศไทย ปัจจุบันมีสถานีเครือข่าย ถ่ายทอดสัญญาณ รวม 37 สถานี แพร่ภาพครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศและบริเวณชายแดนประเทศ เพื่อนบ้านนอกจากนี้ ช่อง 7 สี ยังใช้ ดาวเทียมนานาชาติ (International Satellite) หรือเรียก ชื่อย่อว่า INTELSAT ถ่ายทอด เหตุการณ์ จากทั่วทุกมุมโลกมายังประเทศไทย ขณะเดียวกันได้ริเริ่มนำรถถ่ายทอดสัญญาณดาวเทียมใช้ย่าน ความถี่สูง (Ku - Band) และรถถ่ายทอดนอกสถานที่ (Outside - Broadcasting Vans) หรือ OB ใช้ย่านความถี่ C - Band ทำหน้าที่เป็น สถานีแม่ข่ายชั่วคราวถ่ายทอดงานประเพณี กีฬา และ เหตุการณ์สำคัญตามสถานที่ต่างๆ ทั่วประเทศเพื่อทำหน้าที่องค์กร สื่อสารมวลชนที่สมบูรณ์แบบ ในการถ่ายทอดสาระ ความรู้ และความบันเทิง ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชม ได้ อย่างรวดเร็วและทันเหตุการณ์

### ● สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์

สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เป็นธุรกิจหลักที่สำคัญของ บมจ.อสมท รัฐวิสาหกิจ สังกัด สำนักนายกรัฐมนตรี จัดทะเบียนจัดตั้งในรูปบริษัทมหาชน จำกัด ดำเนินงานด้านผลิตรายการ ออกอากาศ และควบคุมการออกอากาศ โดยแพร่ภาพออกอากาศตลอด 24 ชั่วโมง จากที่ทำการ สำนักงานใหญ่ในกรุงเทพมหานคร ไปยังสถานีเครือข่ายในส่วนภูมิภาค 35 สถานี บริการ

ครอบคลุมพื้นที่ทั่วประเทศได้ประมาณร้อยละ 87.0 และมีประชากรในเขตบริการประมาณร้อยละ 88.

● **องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย**

องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย (Thai Public Broadcasting Service) หรือ ส.ส.ท. หรือ สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส ก่อตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 15 มกราคม 2551 โดย พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ในฐานะองค์การสื่อสาธารณะที่ไม่แสวงผลกำไรแห่งแรกของประเทศไทย เพื่อดำเนินการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ที่สนับสนุนการพัฒนาสังคมที่มีคุณภาพและคุณธรรมบนพื้นฐานของความเป็นไทย ความเป็นอิสระและความเป็นสาธารณะของทีวีไทยได้รับการรองรับภายใต้ พ.ร.บ. องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย โดยมีคณะกรรมการนโยบายที่ผ่านการสรรหา โดยกระบวนการที่เป็นอิสระและโปร่งใสเป็นผู้กำหนดนโยบายและควบคุมการดำเนินงานของผู้อำนวยการและคณะกรรมการบริหารองค์การฯ ส.ส.ท. มีรายได้จากภาษีสรรพสามิตที่เก็บจากสุราและยาสูบ โดยมีรายได้สูงสุดปีงบประมาณละไม่เกิน 2,000 ล้านบาท

● **รายการวิทยุในเครือบริษัท เอ โทมัส มีเดีย**

บริษัท เอ โทมัส มีเดีย จำกัด บริษัทผู้ผลิตรายการวิทยุที่ได้เริ่มมีโครงการที่จะทำการถ่ายทอดเสียงจากรายการวิทยุทั้ง 4 คลื่นเผยแพร่บนโลกอินเทอร์เน็ตภายใต้ชื่อ RadioNET ในปี พ.ศ.2540 โดยสามารถออกอากาศรายการวิทยุแบบสดๆ ไปยังผู้ฟังที่อยู่ต่างประเทศผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เป็นครั้งแรกในประเทศไทย ซึ่งสถานีวิทยุในเครือของบริษัท เอ โทมัส มีเดีย ได้แก่ 89.0 Chill FM, 91.5 Hot FM, 94.0 EFM และ 106.5 GREEN WAVE

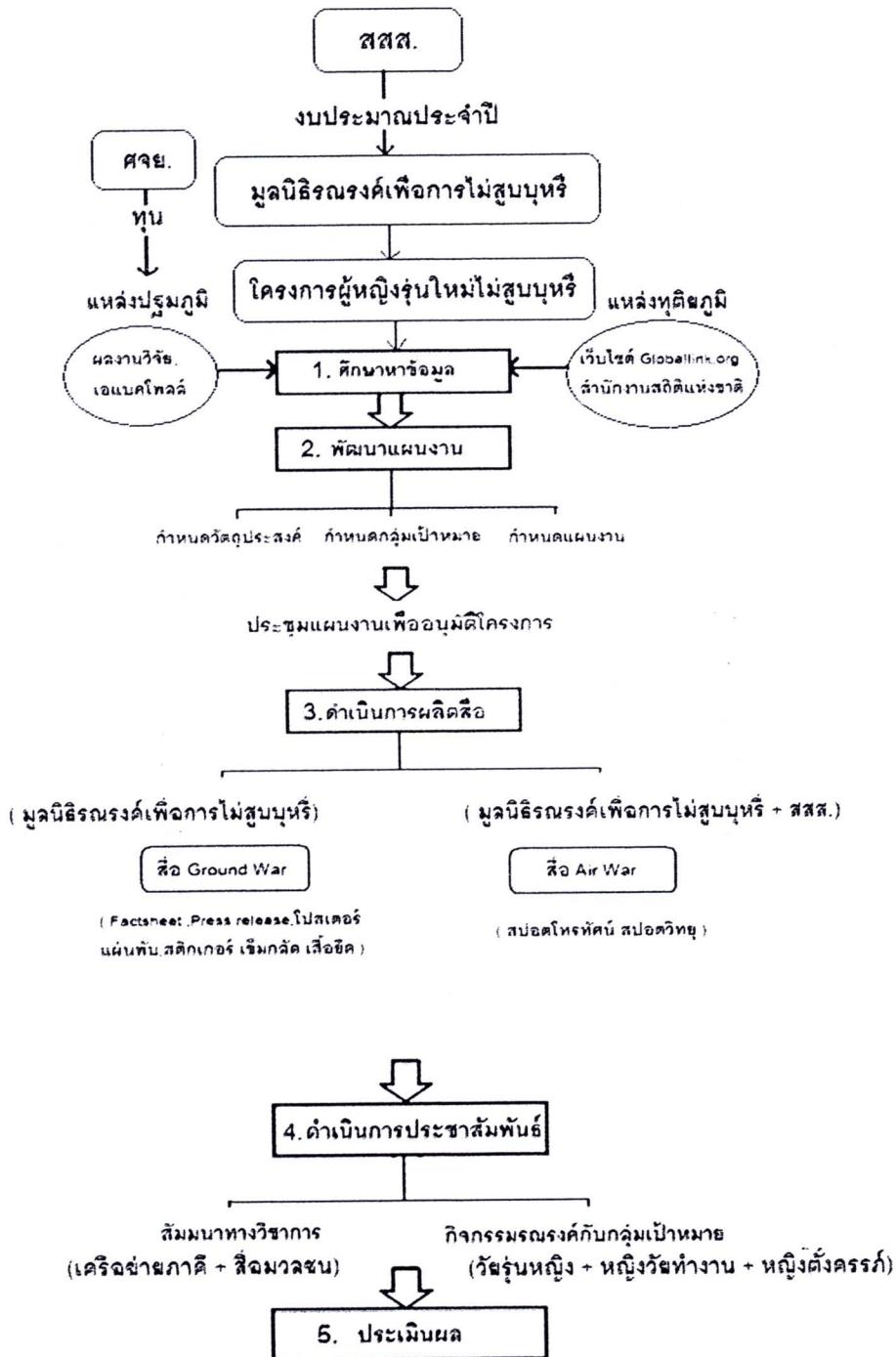
### กลุ่มเป้าหมาย

ผลจากการสัมภาษณ์คุณชวลา ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ พบว่ากลุ่มเป้าหมายของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่แบ่งออกเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มเป้าหมายรอง

- กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่นผู้หญิง ซึ่งเป็นวัยที่เริ่มมีกิสู่บบุหรี่
- กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน และกลุ่มผู้หญิงตั้งครรภ์

### 2.2 กระบวนการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ระหว่างปี พ.ศ.2552-พ.ศ.2553

จากการสัมภาษณ์คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผู้วิจัยพบว่ามูลนิธิรณรงค์ฯมีกระบวนการประชาสัมพันธ์ นำมาเขียนเป็นแผนภาพได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 4.5 แผนภาพแสดงกระบวนการประชาสัมพันธ์ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

## 2.2.1 การศึกษาหาข้อมูล

จากการสัมภาษณ์คุณแสงเดือน กล่าวว่าก่อนการวางแผนประชาสัมพันธ์ มูลนิธิธรนรงค์จะศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆก่อน ไม่ว่าจะเป็ผลสำรวจหรือผลงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อใช้เป็นแนวทางและเหตุผลสนับสนุนในการดำเนินการประชาสัมพันธ์โครงการ โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า แหล่งที่มาของข้อมูลนั้นจะมาจาก 2 แหล่ง คือ

### 2.2.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

ผลจากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่าแหล่งข้อมูลปฐมภูมิขององค์กรแบ่งได้เป็น 2 แหล่งคือข้อมูลจากงานวิจัย (Research) และข้อมูลจากการสำรวจ (Survey) ในประเด็นที่เฉพาะจง ในส่วนของงานวิจัย มูลนิธิธรนรงค์จะเป็นผู้มอบหมายให้นักวิชาการเป็นผู้รับผิดชอบการทำวิจัย แต่ในส่วนการสำรวจจะมอบหมายให้สำนักวิจัยเอแบคโพลล์เป็นผู้ทำโพลล์สำรวจในประเด็นต่างๆที่มูลนิธิธรนรงค์ต้องการ โดยมูลนิธิธรนรงค์จะประสานงานกับเอแบคโพลล์และส่งข้อมูลให้กับเอแบคโพลล์ในเรื่องของวัตถุประสงค์ในการทำโพลล์ และข้อมูลที่ต้องการว่าครอบคลุมเรื่องใดบ้าง ซึ่งข้อมูลจากการสำรวจของเอแบคโพลล์จะได้มาก่อนข้างเร็ว อย่างไรก็ตาม ค่าใช้จ่ายในการหาข้อมูลจากทั้งสองส่วน มูลนิธิธรนรงค์จะเป็นผู้ขอทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ(ศจย.)

“ข้อมูลส่วนแรกมาจาก ศจย. ซึ่งมีหน้าที่ในการให้ทุนสนับสนุนกับนักวิจัยในแต่ละงานวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ ส่วนของเรื่องผู้หญิงก็เป็นส่วนที่เรา Request ไปที่ศจย.ว่า เราอยากให้สำรวจเรื่องพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่ของผู้หญิง คล้ายๆเป็นแบบ Survey กลุ่มเฉพาะผู้หญิง ก็อาจจะให้เอแบคโพลล์เป็นคนทำSurvey อีกส่วนเป็นการทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง ที่ต้องครอบคลุมเฉพาะอีกต่างหาก เราก็ต้องประสานทั้งศจย.แล้วก็เอแบคโพลล์ มีทั้งส่วนที่เรารับมาและก็ Request ที่เราอยากได้เข้าไป ” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรนรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

“สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ เป็นองค์กรที่ได้รับมอบหมายในการทำโพลเพื่อสำรวจข้อมูล ซึ่งจะได้ข้อมูลค่อนข้างที่จะเร็วกว่า เนื่องจาก ศจย ต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินโครงการค่อนข้างนาน ซึ่งทางมูลนิธิต้องการข้อมูลค่อนข้างเร่งด่วนเพื่อมาสนับสนุนการทำโครงการ ” ( แสงเดือน สุวรรณศรีมี ,ผู้จัดการมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่ )

### 2.2.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

ผลการวิจัยพบว่า แหล่งข้อมูลทุติยภูมิขององค์กรแบ่งได้เป็น 2 แหล่ง คือ ข้อมูลเชิงสถิติจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ และข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ในส่วนของข้อมูลเชิงสถิติ สำนักงานสถิติแห่งชาติจะมีการสำรวจพฤติกรรมของประชากรไทยเกี่ยวกับอาชีพะอนามัยทุกๆ 2 ปี ซึ่งพฤติกรรมการสูบบุหรี่ก็เป็นหนึ่งในประเด็นที่มีการสำรวจ เป็นข้อมูลในเชิงกว้างซึ่งจะมีแบ่งผลสำรวจตามอายุและเพศ โดยก่อนการสำรวจทุกครั้ง ทางสำนักงานสถิติแห่งชาติจะประสานงานกับมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อส่งข้อมูลแบบสอบถามที่จะใช้สำรวจว่ามีข้อมูลหรือประเด็นที่ต้องการครบถ้วนหรือไม่ หากไม่ครบถ้วนมูลนิธิธรรมาภิบาลก็จะเพิ่มเติมคำถามหรือประเด็นที่ต้องการทราบเพิ่มเติมลงไปเพื่อให้ครอบคลุมมากขึ้น

“ ข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ เขาจะสำรวจพฤติกรรมการบริโภค บุหรี่ ในเรื่องของอาชีพะอนามัย สองปีต่อครั้ง ซึ่งมันก็จะมีการมีประเด็นในส่วนของพฤติกรรมการสูบบุหรี่ซึ่งเขาก็จะมีการแบ่งตามช่วงอายุ เรื่องเพศเรื่องผู้หญิง ตรงนั้นจะเป็นข้อมูลที่เรากำลังเข้ามา แล้วทุกครั้งที่เขาจะสำรวจก็จะส่งเรื่องของแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับเรื่องบุหรี่มาให้เราดูว่าคำถามมันครบถ้วนไหม ถ้าคำถามยังไม่ครบถ้วนมีประเด็นไหนที่คิดว่าเราต้องการ เราก็จะเพิ่มในส่วนของประเด็นคำถามเข้าไปซึ่งก็จะทำให้มันครอบคลุมในเรื่องที่เราต้องการใช้ อันนี้คือข้อมูลเชิงกว้างของสำนักงานสถิติแห่งชาติ” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่ )

ส่วนข้อมูลจากเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เว็บไซต์หลักคือเว็บไซต์ <http://www.globalink.org> เป็นเว็บไซต์เครือข่ายภาคีที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการควบคุมยาสูบจากทั่วโลก ผู้ที่ต้องการจะได้รับข้อมูลจากเว็บไซต์นี้จะต้องทำการสมัครสมาชิกก่อน

ซึ่งผู้ที่จะเป็นสมาชิกได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับองค์กรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ทางระบบของเว็บไซต์จะเช็คประวัติของผู้ที่จะมาเป็นสมาชิกก่อน โดยใช้วิธีการขอรายชื่อบุคคลอ้างอิงเพื่อยืนยันว่าสมาชิกเป็นบุคคลที่ทำงานทางด้านการณรงค์จริงๆ เป็นการป้องกันบุคคลากรจากบริษัทบุหรี่มาสมัครเป็นสมาชิกเพื่อทราบความเคลื่อนไหวของการณรงค์เกี่ยวกับบุหรี่ ทางเว็บไซต์จะส่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับบุหรี่ให้กับสมาชิกทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องนโยบาย กฎหมาย ภาษี เยาวชน ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ การเลิกบุหรี่ เป็นต้น

เมื่อได้รับข้อมูลมาแล้ว ฝ่ายที่เป็นผู้รับผิดชอบข้อมูลคือ เจ้าหน้าที่โครงการ "ศูนย์ข้อมูลมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่" ซึ่งจะเป็นผู้คัดเลือก เก็บและรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สามารถนำมาเป็นข้อมูลในการเขียนข่าว หรือเป็นแหล่งข้อมูลเพื่อประกอบการการจัดกิจกรรมรณรงค์ โดยศึกษาว่าการณรงค์ในต่างประเทศมีวิธีการอย่างไร วิธีอะไรที่น่าสนใจและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับคนไทยได้

"เว็บไซต์ Globallink มันจะเป็น Network ที่มีภาคีที่ทำงานเกี่ยวกับการควบคุมยาสูบทั่วโลกเลย เขาจะต้องมีการสมัครสมาชิก คนที่เป็นสมาชิกได้จะต้องเป็นคนทำงานด้านควบคุมยาสูบ ต้องล็อกอินเข้าไปก่อน แล้วก็จะมีระบบเพื่อเช็คประวัติว่าคนที่ Log-in เข้าไปเป็นใคร ต้องกรอกประวัติเข้าไป เขาก็เช็คที่เราทำอยู่องค์กรไหน ใครเป็น reference คุณ ถ้าประวัติถูกต้องก็ถึงจะได้เป็นสมาชิก เพื่อป้องกันคนที่ทำงานในองค์กรบุหรี่ ถ้าคุณ clean จริงๆคุณก็จะเป็นสมาชิก พอได้เป็นสมาชิกเขาก็จะส่ง Issue ทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่มาให้เรา ทั้งนโยบาย กฎหมาย บริษัทบุหรี่ เยาวชน ภาษี การเลิกบุหรี่ เราก็กเลือกไปว่าเราสนใจเรื่องไหน เขาก็จะส่งข้อมูลมาให้เราทุกวันและทุกประเด็นข่าว พี่ชูรุณีฝ่ายศูนย์ข้อมูลมูลนิธิรณรงค์ที่เป็นสมาชิกของ Globallink ก็จะมี Print ออกมา เลือกประเด็นที่มันเกี่ยวข้องกับโครงการ เพื่อเอามาทำข่าวเขียนข่าว เอามาเป็นข้อมูล มาอัปเดต และนำมาประกอบแผนงาน กิจกรรม ว่าทั่วโลกเขามีทำกิจกรรมอะไรบ้าง อันไหนมันน่าสนใจแล้วเราเอามาทำมันได้ไหม มันเหมาะกับเทรนด์บ้านเราไหม อันไหนเอามาประยุกต์ใช้กับโครงการเราได้" (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

## 2.2.2 พัฒนาแผนการประชาสัมพันธ์

### 2.2.2.1 กำหนดวัตถุประสงค์

ผลการวิเคราะห์เอกสารพบว่า การประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์ “ ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ” มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความตื่นตัวเรื่องพิษภัยของบุหรี่ในหมู่ผู้หญิงไทยและรักษาค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่ในหญิงไทย โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นหญิง ตลอดจนสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กรต่างๆ ในการรณรงค์ปกป้องผู้หญิงไทยจากพิษภัยของการสูบบุหรี่ (วารสาร Smart ปีที่ 11 ฉบับที่ 123 เมษายน 2553 )

จากการสัมภาษณ์คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ กล่าวว่า การหาประเด็นในการรณรงค์ในเรื่องของผู้หญิงกับการสูบบุหรี่นั้นค่อนข้างยาก มีประเด็นที่จะนำมาใช้ในการรณรงค์น้อย ดังนั้นถึงแม้ว่าวัตถุประสงค์ของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่คือการรณรงค์ให้ผู้หญิงไม่สูบบุหรี่ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น แต่วัตถุประสงค์ของการประชาสัมพันธ์โครงการในแต่ละปีจะแตกต่างกันไปตามปัญหาที่พบจากการศึกษาข้อมูลหรือกระแสของสังคม อย่างไรก็ตาม จากผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าในกรณีที่องค์การอนามัยโลก (World Health Organization - WHO) ได้มีกำหนดวาระ (Agenda) การรณรงค์เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ในกลุ่มผู้หญิง มูลนิธิรณรงค์ฯ ก็กำหนดวัตถุประสงค์ตามวาระขององค์การอนามัยโลก ดังเช่น วันงดสูบบุหรี่โลกในปี พ.ศ.2553 ที่องค์การอนามัยโลกได้กำหนดประเด็นรณรงค์เกี่ยวกับผู้หญิง โดยให้คำขวัญวันงดสูบบุหรี่โลกในปีนั้นว่า Gender and tobacco with an emphasis on marketing to women โดยกระทรวงสาธารณสุขของไทย ได้นำมากำหนดคำขวัญเป็นภาษาไทยว่า “หญิงไทยฉลาด ไม่เป็นทาสตลาดบุหรี่ ”

“ มันขึ้นอยู่กับ Agenda เป็นเรื่องของ Trend กระแสของแต่ละปีว่าคืออะไร ดูว่าปีนั้นเขาเน้นหรือว่ากระแสเรื่องอะไรที่มันเป็นปัญหามากกว่า อีกอย่างคือตัว Issue เรื่องผู้หญิง บางทีมันค่อนข้างที่จะยากที่จะมีประเด็นที่ไปเล่นกับเขา หรือไม่อย่างปีที่แล้ว พอดีวันงดสูบบุหรี่โลก องค์การอนามัยโลกเขาเน้นในเรื่องของกลยุทธ์บริษัทบุหรี่ที่มันจับกลุ่มผู้หญิง เราก็จะดึงกระแสขึ้นมา ฝ่ายกิจกรรมสร้างกระแสหรือว่าฝ่ายประชาสัมพันธ์ก็จะไปเข้าดูข้อมูลในส่วนของ

ตรงนั้นไปประชาสัมพันธ์ข้อมูลผ่านโครงการ ” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

### 2.2.2.2 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์คุณแสงเดือน, ผู้จัดการของมูลนิธิรณรงค์ฯ ได้ให้ข้อมูลว่ากลุ่มเป้าหมายของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ได้แก่วัยรุ่นหญิง ผู้หญิงวัยทำงาน และผู้หญิงตั้งครรภ์

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ วัยรุ่นหญิง โดยมีเป้าหมายหลักในการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อป้องกันไม่ให้วัยรุ่นหญิงซึ่งเป็นวัยที่เริ่มสูบบุหรี่ ได้ทราบถึงอันตรายจากการสูบบุหรี่และไม่คิดที่จะทดลองสูบ

กลุ่มเป้าหมายรอง คือ ผู้หญิงวัยทำงาน และ ผู้หญิงตั้งครรภ์ โดยมีเป้าหมายในการประชาสัมพันธ์โครงการรณรงค์เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารกับผู้หญิงที่สูบบุหรี่อยู่ให้ตระหนักถึงอันตรายของการสูบบุหรี่และตัดสินใจเลิกสูบบุหรี่ โดยเฉพาะการสูบบุหรี่ในหญิงตั้งครรภ์ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อทารกในครรภ์ซึ่งจะเป็นอนาคตและกำลังสำคัญของประเทศในภายภาคหน้า

### 2.2.2.3 กำหนดแผนปฏิบัติงาน

มูลนิธิรณรงค์ฯวางแผนปฏิบัติงานโดยคำนึงถึงหลักการขององค์กรและวัตถุประสงค์ของโครงการ และให้ความสำคัญกับการวางแผนการดำเนินงานที่เป็นระบบแต่มีความคล่องตัว สามารถดำเนินงานได้ทันสถานการณ์ไม่ติดกับระบบระเบียบที่ยุ่งยากหรือซับซ้อน มีความครอบคลุมและชัดเจน กำหนดรายละเอียดของโครงการ ตลอดจนสื่อและกิจกรรมอย่างชัดเจน

ผลการสัมภาษณ์พบว่า การกำหนดแผนงานผู้ที่ได้รับผิดชอบในการเขียนแผนงานคือเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการของแต่ละโครงการ ในส่วนของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

ผู้ที่รับผิดชอบในการเขียนแผนงานคือ คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม ผู้ช่วยผู้จัดการ มูลนิธิธรรงศ์ และคุณวัลภา แก้วศรี เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการจะเป็นผู้กำหนดแผนการประชาสัมพันธ์ โดยจะเขียนโครงร่างของแผนประชาสัมพันธ์ซึ่งจะครอบคลุมรายละเอียดทั้งหมดของแผนการออกมาก่อน หลังจากนั้นจึงนำโครงร่างแผนที่เขียนไปนำเสนอในที่ประชุม ซึ่งมูลนิธิธรรงศ์จะมีการจัดประชุมแผนงานเป็นประจำทุกเดือน เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการของแต่ละโครงการจะนำแผนการประชาสัมพันธ์ในส่วนของตนเองมานำเสนอ โดยให้ทุกคนในที่ประชุมได้มีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็น และพิจารณาความเหมาะสมของแผนงานแต่ละแผน ในเรื่องของประเด็นในการรณรงค์ ระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ กิจกรรมและสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ซึ่งหลังจากแผนงานที่นำเสนอได้ผ่านการระดมความคิดเห็นเพื่อพิจารณาความเหมาะสมแล้ว โครงการที่ได้รับการอนุมัติในที่ประชุมถือว่าเป็นที่สิ้นสุด สามารถนำไปดำเนินการประชาสัมพันธ์ในขั้นต่อไปได้

“ เจ้าหน้าที่ประสานงานของแต่ละโครงการจะเป็นคนคิดแผนงาน เราจะมีเจ้าหน้าที่ประสานงานโครงการอยู่ในแต่ละแผนทุกแผนประจำอยู่ ในเรื่องของการเขียนแผน เจ้าหน้าที่โครงการจะเขียนแผนตึกตาขึ้นมาก่อน ทำตัวProjectขึ้นมา ทำโครงร่างขึ้นมาก่อน ซึ่งตัวแผนงานโครงการจะต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน มีกรอบ ระยะเวลาการทำงานที่ชัดเจน ในเรื่องของตัวกิจกรรม Action plan ที่คล่องตัวชัดเจน และต้องให้มันครอบคลุมทุกอย่าง หลังจากนั้นเราจะมีประชุมของมูลนิธิธรรงศ์ซึ่งมีเป็นประจำทุกเดือน แล้วทุกคนก็จะนำวาระในแต่ละเรื่องเข้ามาในที่ประชุม เราก็จะมานั่งแบแล้วก็นั่งระดมความคิดเห็นในเรื่องของตัวกิจกรรมของว่าโอเคไหม เหมาะสมกับช่วงเวลาไหม การสัมมนาประเด็นเรื่องผู้หญิงหัวข้อมันโอเคไหม รายละเอียดของแผนงานเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการจะเป็นคนนำเสนอ แล้วเจ้าหน้าที่ทุกคนที่ทำแผนอื่นในที่ประชุมก็จะมาช่วยกัน ระดมความคิด ว่าแผนงานมันเหมาะสมไหม ถ้าไม่เหมาะสมควรที่จะแก้ไขอะไรตรงไหนบ้าง ซึ่งแผนงานที่ผ่านที่ประชุมแล้วถือว่าผ่านมติในที่ประชุมแล้ว สามารถดำเนินการได้เลย” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคาม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรงศ์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ )

### 2.2.3 ดำเนินการผลิตสื่อ

จากการสัมภาษณ์คุณชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาคน ผู้วิจัยช่วงเวลาการผลิตสื่อ เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการจะพิจารณาจากกำหนดการที่จะเริ่มการประชุมสัมพันธหรือวันที่จะมีการจัดกิจกรรมรณรงค์ มูลนิธิธรรมาภิบาลจะใช้เวลาในการผลิตสื่อทั้งหมดเป็นระยะเวลาประมาณ 2 เดือน ดังนั้น ระยะเวลา 2 เดือนก่อนที่จะเริ่มดำเนินการประชุมสัมพันธโครงการ องค์กรจะต้องดำเนินการผลิตสื่อให้เสร็จเรียบร้อยทั้งหมดก่อน

“...ต้องมีคิวผลิตสื่อ อย่างเช่นถ้าเรามีคิวจะรณรงค์ช่วงพฤษภาคม เราก็จะต้องทำสื่อให้เสร็จภายในช่วงเดือนมีนาคมถึงเมษายน ปลายเมษายนเราต้องเสร็จทุกอย่าง แล้วต้นพฤษภาคม เราจะส่งให้กับสื่อมวลชน กลุ่มเป้าหมาย ไม่งั้นจะกระจายไม่ทัน” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการพัฒนาคน)

โดยสื่อที่ใช้ในการรณรงค์นั้น แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ สื่อ Air War และสื่อ Ground War

(1) สื่อ Air War ที่ใช้ในโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ คือ สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งในการผลิตสื่อประเภทนี้ทางมูลนิธิธรรมาภิบาลจะประสานงานกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) มีการประชุมร่วมกันระหว่างมูลนิธิธรรมาภิบาลและ สสส. ในเรื่องรูปแบบและประเด็นของสื่อโฆษณาที่จะผลิตแต่ สสส. จะเป็นผู้รับผิดชอบในเรื่องค่าใช้จ่ายในการผลิตและซื้อพื้นที่สื่อที่จะออกอากาศ

ในปี 2553 ได้มีทำสปอตโฆษณารณรงค์ทางโทรทัศน์ออกมา 2 เรื่อง ได้แก่

- โฆษณาชุด “ รักจริงไม่ยอมทำให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ ” ซึ่งมีเนื้อหาเป็นการสัมภาษณ์ความรู้สึกของผู้ชายที่มีต่อผู้หญิงที่สูบบุหรี่ แสดงถึงความห่วงใยและการเอาใจช่วยในการเลิกบุหรี่



แผนภาพที่ 4.6 แผนภาพแสดงโฆษณาณรงค์ชุด " รักจริงไม่ยอมให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ "

- โฆษณาชุด " เลิกบุหรี่เพื่อแม่ " มีเนื้อหาเพื่อแสดงความรักและความเป็นห่วงของแม่ และต้องการสื่อให้ผู้หญิงทำอะไรเพื่อแม่หรือคนที่รักเราด้วยการเลิกบุหรี่



แผนภาพที่ 4.7 แผนภาพแสดงโฆษณาณรงค์ชุด " เลิกบุหรี่เพื่อแม่ "

### สปอตวิทยุรณรงค์ 3 เรื่องได้แก่

#### - สปอตวิทยุรณรงค์เรื่อง “ขออย่างเดียว”

“อย่าขมวดคิ้วเดี๋ยวหน้าผากจะย่น อย่าขยี้ตาเดี๋ยวรอยตีนกาจะขึ้น อย่าล้างหน้าแรงเพราะรูขุมขนจะกว้าง อย่าตากแดดมากเดี๋ยวปากจะดำ ถ้าเป็นเรื่องความงามยังมีอีกอย่างคะ อย่าสูบบุหรี่...เดี๋ยวหน้าจะย่น ตีนกาจะขึ้น รูขุมขนจะกว้าง ปากจะดำ...บุหรี่ทำให้คุณแก่ได้มากกว่าที่คิด...คิดให้ดีถ้าคิดจะสูบ”

#### - สปอตวิทยุรณรงค์เรื่อง “ผู้ชายไม่ชอบ”

“รู้ไหมครับทำไมผู้ชายถึงไม่ชอบผู้หญิงสูบบุหรี่.....ถ้ายังนึกเหตุผลดีๆไม่ออก ผมมีให้คำตอบหนึ่งครับ มีผลวิจัยออกมาแล้วว่าบุหรี่ทำให้คุณดูแก่กว่าอายุจริงได้เป็น 10 ปี คุณผู้หญิงครับ.....คิดให้ดีถ้าคิดจะสูบ”

#### - สปอตวิทยุรณรงค์เรื่อง “ฝาแฝด”

“เป็นเรื่องธรรมดาสำหรับฝาแฝดอย่างก๊ิบและเก้ ที่ใครๆจะจำพวกเธอสลับกันเสมอ เพื่อทักผิด ตีผิด โดนจับผิด เป็นอย่างนี้มาตั้งแต่เด็ก จะแปลกก็ตรงที่ทุกวันนี้รูปแบบนั้นไม่เกิดขึ้นกับพวกเธออีกแล้ว เพราะบุหรี่ทำให้แก่ดูแก่กว่าอายุจริง เก่กว่าก๊ิบถึง 10 ปี...คิดให้ดีถ้าคิดจะสูบ”

(2) สื่อ Ground War เป็นสื่อที่มูลนิธิรณรงค์ฯเป็นผู้รับผิดชอบในการผลิตซึ่งจะได้แก่สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อที่ใช้ในกิจกรรมการรณรงค์ ดังนี้

-Fact sheet : การทำ Fact sheet ซึ่งเป็นเอกสารที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับผู้หญิงและสุขภาพ ในกรณีของการให้ข้อมูลทางวิชาการเจ้าหน้าที่จำเป็นจะต้องติดต่อประสานงานกับนักวิชาการให้เป็นผู้เขียน Fact sheet ให้ เนื่องจากมูลนิธิรณรงค์ฯไม่สามารถทำเองได้ ซึ่งจะใช้เวลาในการทำต้นฉบับ 1 สัปดาห์และทำอาร์ทเวิร์คอีก 1 สัปดาห์จึงส่งเข้าโรงพิมพ์เพื่อตีพิมพ์

-Press release : เป็นเอกสารเพื่อเผยแพร่โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ผู้รับผิดชอบการเขียน Press release คือเจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการ ซึ่งจะรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวมทั้งข้อมูลที่ได้จาก Fact sheet มาเขียนข่าวเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการ

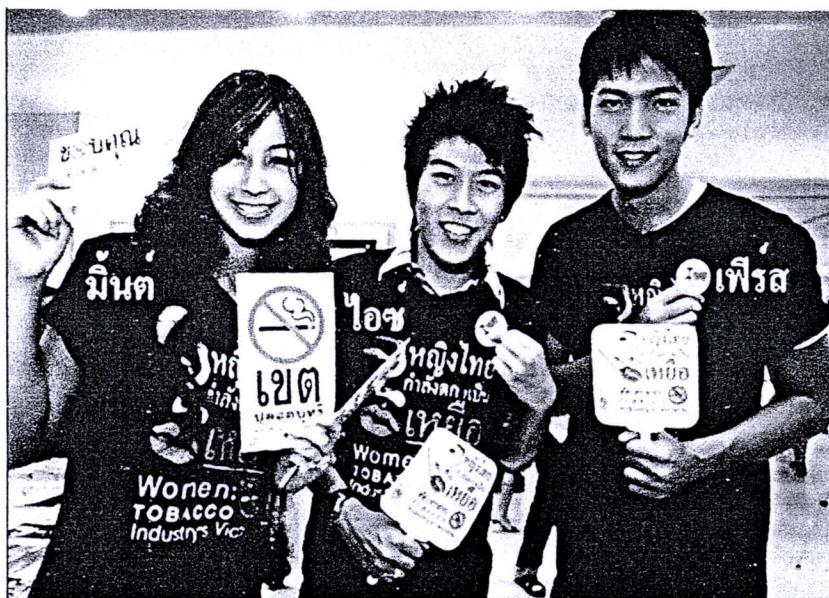
-สื่อเฉพาะกิจ : มุลนิธิรณรงค์ฯมีการผลิตสื่อรณรงค์ที่หลากหลาย ได้แก่ โปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ เข็มกลัด เสื้อยืด ในส่วนของการผลิตสื่อรณรงค์นี้ เจ้าหน้าที่ฝ่ายโครงการจะเป็นผู้ประสานงานกับครีเอทีฟจากภายนอกองค์กร (Outsource) ให้เป็นผู้ออกแบบสื่อและทำอาร์ตเวิร์คให้ ซึ่งสื่อประเภทนี้จะใช้เวลาในการผลิตค่อนข้างน้อยกว่าสื่ออื่น ๆ



แผนภาพที่ 4.8 ภาพแสดงตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ : โปสเตอร์



แผนภาพที่ 4.9 ภาพแสดงตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ : แผ่นพับ



แผนภาพที่ 4.10 ภาพแสดงตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจ : สติกเกอร์ เข็มกลัด และเสื้อยืด

#### 2.2.4 ดำเนินการประชาสัมพันธ์

ผลจากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า กิจกรรมประชาสัมพันธ์ของโครงการ ผู้หญิงรุ่นใหม่ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ กิจกรรมการสัมมนาทางวิชาการ และ กิจกรรมรณรงค์ กับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีรายละเอียดของกิจกรรม ดังนี้

2.2.4.1 การสัมมนาทางวิชาการ : การสัมมนาทางวิชาการมีเป้าหมายเพื่อให้ข้อมูลเชิงวิชาการกับเครือข่ายภาคี และสื่อมวลชน เพื่อสื่อให้เห็นถึงความสำคัญของปัญหาและให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงและบุหรี ตลอดจนช่วยประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรีให้กับประชาชนได้รับทราบ เช่น ในปี 2552 มูลนิธิรณรงค์ฯร่วมกับศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) จัดเสวนาสื่อมวลชนเรื่อง “ ทำอย่างไรไม่ให้วัยรุ่นหญิงไทยสูบบุหรีมากขึ้น” โดยใช้โอกาสสำคัญเนื่องในวันสตรีสากล 8 มีนาคม รณรงค์สร้างกระแสให้ “ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี” ณ โรงแรมเซ็นจูรี่ ปาร์ค (6 มี.ค. 52)และในปี 2553มูลนิธิรณรงค์ฯร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) จัดเสวนาเรื่อง “ทำอย่างไรหญิงไทยจะไม่ตกเป็นเหยื่อ : บริษัทบุหรี”ณ โรงแรมสยามซิตี้ ( 17 พ.ค. 53 )

2.2.4.2 กิจกรรมรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมาย : เป้าหมายของการจัดกิจกรรมรณรงค์จะแตกต่างกับการสัมมนาวิชาการตรงที่เป็นการสื่อสารรณรงค์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมาย โดยกิจกรรมที่จัดขึ้นจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ ลักษณะแรกคือกิจกรรมที่มูลนิธิรณรงค์ฯเป็นแม่งานในการจัด เช่น งานกิจกรรม Women : Tobacco Industry's Victims. หญิงไทยกำลังตกเป็นเหยื่อ ณ ลานรามาฮอลล์ ชั้น G ศูนย์การค้า MBK Center (31 พ.ค. 53 ) และลักษณะที่ 2 คือ กิจกรรมที่จัดขึ้นโดยเครือข่ายภาคี เช่น การจัดบูธกิจกรรมภายในงานรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี ซึ่งจัดขึ้นโดยกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เนื่องในโอกาสวันงดสูบบุหรีโลก 31 พฤษภาคม ซึ่งรณรงค์ในประเด็น “หญิงไทยฉลาด ไม่เป็นทาสตลาดบุหรี” ณ.เซ็นทรัล แจ้งวัฒนะ (24 พ.ค. 53 )

“เป้าหมายของการสัมมนาคือการให้ข้อมูลเชิงวิชาการกับเครือข่ายภาคี กับสื่อมวลชนที่เราต้องการให้เขาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเชิงกว้างให้กับประชาชน ให้การศึกษากับกลุ่มเป้าหมายเรา แต่ว่ากิจกรรมหรือว่าพวกEventมันเป็นการประชาสัมพันธ์รณรงค์ที่เจาะกลุ่มเฉพาะ หรือว่ากลุ่มเป้าหมายของเราโดยตรงเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของเขา ส่วน

กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องบุญและบุญผู้หนึ่งมีหลายองค์กรที่ทำ บางกิจกรรมเราอาจจะเป็นคนจัดเอง แต่บางงานที่เราไม่ได้จัดแต่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องก็เพราะว่าเราเป็นหนึ่งในภาคีที่ทำงานเกี่ยวข้องกับโครงการผู้หนึ่งกับการบุญผู้หนึ่ง อย่างงานวันงดสูบบุหรี่โลกที่กระทรวงสาธารณสุขเป็นคนจัดเราก็คงไปร่วมกับเขา จะไปจัดเป็นบุญเพื่อเผยแพร่ข้อมูล” (ชวลา ภวภูตานนท์ ณ มหาสารคราม, ผู้ช่วยผู้จัดการมูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

## 2.4 ประเมินผล

การประเมินผลเป็นขั้นตอนที่มูลนิธิธรรมรงค์ยังขาดอยู่ เนื่องจากบุคลากรของมูลนิธิธรรมรงค์มีความเชี่ยวชาญในด้านการประชาสัมพันธ์มากกว่าการเป็นนักวิชาการ หากจะประเมินผลมูลนิธิธรรมรงค์จะต้องติดต่อกับนักวิชาการจากภายนอกมาช่วยประเมินผลซึ่งหาได้ค่อนข้างหายาก ปัจจุบัน มูลนิธิธรรมรงค์มีการประเมินผลแค่เพียงบางเรื่อง และไม่ได้ทำการประเมินผลตลอดกระบวนการประชาสัมพันธ์ สำหรับโครงการรณรงค์ผู้หนึ่งรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่นั้น มูลนิธิธรรมรงค์ไม่ได้ทำการประเมินผลแต่จะเป็นการสำรวจกระแสตอบรับจากการที่สื่อช่วยลงข่าวให้ โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข่าวที่เกี่ยวข้อง ( Clipping) เท่านั้น

“ การประเมินผลถือว่าเป็นสิ่งที่ทางมูลนิธิธรรมรงค์ยังขาดอยู่ เนื่องจากการที่มูลนิธิฯ เน้นเฉพาะเรื่องการรณรงค์ บุคลากรในองค์กรก็เป็นนักธรรมรงค์ ไม่ใช่นักวิชาการ การประเมินผลการดำเนินโครงการจึงเป็นไปค่อนข้างลำบาก หากต้องมีการประเมินผลทางมูลนิธิจะต้องหานักวิชาการจากภายนอกมาเพื่อดำเนินการดังกล่าวซึ่งก็หาค่อนข้างที่จะยาก โครงการผู้หนึ่งรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จะไม่มีประเมิน มีเพียงแต่การ Clipping เท่านั้น ” ( แสงเดือน สุวรรณรัตน์ , ผู้จัดการมูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่)

### 3. พัฒนาการการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จากอดีตถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2537-2553)

หลังจากที่ "โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่" ได้ถูกก่อตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ.2537 ทางมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ก็ได้มีการดำเนินกิจกรรมรณรงค์เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ในปี พ.ศ.2537 จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2553) รวมเป็นระยะเวลา 15 ปี ดังแผนภาพที่ 4.11



โดยผลจากการศึกษาพัฒนาการการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ ไม่สูบบุหรี่พบว่า โครงการฯมีแนวทางในการรณรงค์ 6 แนวทางอันได้แก่

1. การเป็นแกนนำคัดค้านนโยบายด้านการบริโภคยาสูบสำหรับผู้หญิง
2. การจัดสัมมนาและการประชุมวิชาการ
3. การจัดกิจกรรมร่วมกับการประกวดนางงาม
4. การผลิตสื่อรณรงค์
5. การกำหนดประเด็นในการรณรงค์
6. การจัดกิจกรรมรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมาย

โดยจากแผนภาพพัฒนาการการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ข้างต้นแสดงให้เห็นว่าแนวทางในการประชาสัมพันธ์ในแต่ละปีนั้นจะประกอบไปด้วยแนวทางที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละแนวทางมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

#### ● การเป็นแกนนำคัดค้านนโยบายด้านการบริโภคยาสูบสำหรับผู้หญิง

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีบทบาทในการคัดค้านนโยบายเกี่ยวกับการบริโภคยาสูบที่จะส่งผลให้อัตราการสูบบุหรี่ของผู้หญิงไทยเพิ่มมากขึ้น

โดยผลจากการศึกษาเอกสารพบว่า ในปี พ.ศ. 2538 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่เป็นแกนนำในการคัดค้านแผนการของโรงงานยาสูบที่จะผลิตบุหรี่สำหรับผู้หญิง โดยโรงงานยาสูบต้องการที่จะผลิตบุหรี่สำหรับผู้หญิงสูบบุหรี่โดยเฉพาะเพื่อแข่งกับบุหรี่ยี่ห้อเวอร์จิเนียสลิม ที่เปิดตลาดบุหรี่ผู้หญิงในประเทศไทยไปเมื่อ ปี พ.ศ.2533 ทางมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้เคลื่อนไหวผลักดันให้หญิงไทยจากหลากหลายวงการออกมาต่อต้านแผนการของโรงงานยาสูบ ไม่ว่าจะเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรหญิง ดาราตลกและนักเขียนที่มีชื่อเสียงหญิง ต่างเข้าร่วมโครงการ นอกจากนี้ ยังได้รับความช่วยเหลือจาก นางสาวกาญจนา ศิลปะอาษา สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร

และบุตรสาวของฯพลฯ บรรหาร ศิลปะอาชา ซึ่งเป็นนายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น ได้วิ่งเต้นขอให้บิดาของเธอสั่งการผ่านกระทรวงการคลังให้โรงงานยาสูบเลิกล้มแผนตารผลิตบุหรี่สำหรับผู้หญิง และด้วยความพยายามทั้งหมดดังกล่าวทำให้โรงงานยาสูบต้องเลิกล้มความคิดที่จะผลิตบุหรี่สำหรับผู้หญิงไป (ประภิต วาทีสารกกิจ, 2545)

### ●การจัดสัมมนาและการประชุมวิชาการ

ผลจากการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีการจัดสัมมนาและประชุมวิชาการเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ในผู้หญิงไทย เพื่อเป็นการให้ความรู้

ผลจากการศึกษาเอกสารพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีการจัดประชุมทางวิชาการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการสูบบุหรี่ในผู้หญิงครั้งแรกในปี พ.ศ.2537 ซึ่งเป็นปีแรกของการรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ โดยมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้จัดให้มีการสัมมนาระดมความคิดเห็นในหัวข้อ “จะป้องกันหญิงไทยไม่ให้สูบบุหรี่ได้อย่างไร” เพื่อร่วมกันระดมความคิดเห็นหาแนวทางในการป้องกันหญิงไทยไม่ให้สูบบุหรี่

ต่อมาในปี พ.ศ.2538 มูลนิธิรณรงค์ฯได้มีความพยายามในการขยายเครือข่ายภาคีในการรณรงค์เรื่องผู้หญิงกับการสูบบุหรี่ โดยการร่วมมือกับเครือข่ายองค์กรสตรีต่างๆ จัดการประชุมเรื่อง “แนวทางในการรณรงค์ป้องกันวัยรุ่นหญิงไทยจากบุหรี่”

ผลจากการศึกษาพบว่า บทบาทของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ยังมีต่อเนื่องมาในปี พ.ศ. 2544 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีการจัดประชุมเครือข่ายหญิงไทยไม่สูบบุหรี่อีกครั้ง โดยได้ระดมความร่วมมือจากบุคคลในวงการต่างๆที่มีบทบาทสำคัญในสังคม มาร่วมกันกำหนดรูปแบบกิจกรรม กรรมการประกอบด้วย คุณสุภาวดี หาญเมธี ศ.นพ.ประภิต วาทีสารกกิจ ผศ.ลักขณา เตมศิริกุลชัย ผศ.อำนาจ เย็นสบาย คุณวินิจ สุรพงษ์ชัย คุณเรวดี ชยาศิริ คุณกรรณิกา ธรรมเกษร คุณจนิสดา ลิวเฉลิมวงศ์ รศ.เพ็ญศรี ระเบียบ คุณบังอร ฤทธิภักดี และคุณณัฐชา เพชรดากุล เพื่อกำหนดแนวทางและวางแผนการจัดกิจกรรมรณรงค์ป้องกันวัยรุ่นหญิงไทยจากการสูบบุหรี่

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า ในปีเดียวกัน มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังได้มีความพยายามในการเชื่อมความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนด้วยการจัดประชุมบรรณาธิการนิตยสารสตรีและสื่อมวลชนแขนงต่างๆ เพื่อระดมความคิดเห็นแนวทางในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่

ผลจากการวิจัยพบว่า การจัดการสัมมนาวิชาการยังคงมีการจัดอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2548 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้จัดให้มีการเสวนาเรื่อง “ผู้หญิงนำสมัย เท่ได้ไร้ควันบุหรี่” โดยมีการนำเสนอข้อมูลบุหรี่เกี่ยวกับความสวยความงาม โดย นพ.รัฐภรณ์ อึ้งภากรณ์ สถาบันโรคผิวหนัง และพิธีกรจากรายการผู้หญิงถึงผู้หญิง นอกจากนี้ ภายในงานยังมีบริการให้คำปรึกษาด้านความงาม บริการตรวจสุขภาพ และมีการแจกสื่อรณรงค์ในรูปแบบต่างๆ ให้กับผู้ร่วมงาน

ในปี พ.ศ.2552 มีการจัดเสวนาเรื่อง “ทำอะไรไม่ให้วัยรุ่นหญิงสูบบุหรี่มากขึ้น” โดยใช้โอกาสในวันสตรีสากล วันที่ 8 มีนาคม 2552 รณรงค์สร้างกระแสให้ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ทั้งนี้เพื่อเชิญชวนและรณรงค์ให้สตรีไทยมีสิทธิเท่าเทียมกับสตรีต่างชาติในทุกๆ ด้าน แต่ก็เรียกร้องให้สตรีไทยอย่าเลียนแบบพฤติกรรมกาสูบหรี่ของหญิงต่างชาติ รวมถึงอยากให้วัยรุ่นหญิงไทยที่เป็นเป้าหมายของบริษัทบุหรี่ได้รู้เท่าทันและไม่ตกเป็นเหยื่อของบริษัทบุหรี่



แผนภาพที่ 4.12 ภาพการเสวนาเรื่อง “ทำอะไรไม่ให้วัยรุ่นหญิงสูบบุหรี่มากขึ้น” ปี พ.ศ.2552

#### ●การจัดกิจกรรมร่วมกับการประกวดนางงาม

ผลจากการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ในยุคตั้งแต่แรกเริ่มก่อตั้งโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ก็ได้มีความพยายามที่จะรณรงค์ผ่านเวทีการประกวดนางงามและได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ในลักษณะนี้มาอย่างต่อเนื่อง โดยจากการศึกษาพบว่า กิจกรรมดังกล่าวปรากฏดังต่อไปนี้

ผลจากการศึกษาเอกสารพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ผ่านเวทีการประกวดนางงามครั้งแรกในปี พ.ศ.2537 โดยมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้ร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ซึ่งเป็นผู้จัดการประกวดเวทีนางสาวไทยและการประกวดเวทีมิสทีนไทยแลนด์ เพื่อดำเนินการรณรงค์ผ่านเวทีการประกวดทั้ง2เวทีในปีดังกล่าว โดยในการประกวดนางสาวไทย มูลนิธิรณรงค์ฯได้ติดต่อให้ปิอบ อารี ยา สิริโสภา นางสาวไทยประจำปี 2537 เป็นพรีเซนเตอร์คนแรกในการรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ และได้จัดทำโปสเตอร์รณรงค์ชุดผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ และเผยแพร่บทสัมภาษณ์ผ่านช่องทางสื่อต่างๆ สำหรับเวทีการประกวดมิสทีนไทยแลนด์ประจำปี พ.ศ.2537 ทางผู้จัดได้มีการประกาศให้เวทีการประกวดในปีนั้นเป็นเวทีการประกวดปลอดบุหรี่ โดยมูลนิธิรณรงค์ฯได้มีการจัดทำสื่อและนาฬิกาการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ให้กับผู้เข้าประกวดมิสทีนไทยแลนด์ 30 คน เพื่อสร้างกระแสค่านิยมหญิงไทยไม่สูบบุหรี่และให้ผู้เข้าประกวดเป็นพรีเซนเตอร์ในการรณรงค์ด้วย



ภาพที่ 4.13 ภาพการจัดกิจกรรมร่วมกับเวทีการประกวดนางงาม

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์ฯยังมีแนวทางในการรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ไม่แตกต่างจากปีที่ผ่านมา โดยผู้วิจัยพบว่าในปี 2540 มูลนิธิรณรงค์ฯยังคงอาศัยเวทีประกวดนางงามทั้งการประกวดมิสไทยแลนด์เวิลด์และมิสทีนไทยแลนด์ในการสร้างค่านิยม “ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่” โดยการจัดทำสื่อและนาฬิกาการรณรงค์ไม่สูบบุหรี่ให้ผู้เข้าประกวด และให้เข้าร่วมเป็นพรีเซนเตอร์รณรงค์ไม่สูบบุหรี่

โดยผู้วิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้ร่วมมือกับเวทีการประกวดนางงามอีกครั้ง โดยร่วมกับการประกวดมิสไทยแลนด์ยูนิเวิร์ส ประจำปี 2545 ให้นำเรื่องการรณรงค์เพื่อสร้าง

ค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่ในกลุ่มหญิงไทย เข้าไปเป็นกิจกรรมพิเศษในเวทีการประกวด เพื่อสร้างแบบอย่างที่ดีและสร้างค่านิยมที่ไม่สูบบุหรี่ในกลุ่มหญิงไทย

### ● การผลิตสื่อรณรงค์

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่นอกจากจะมีการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อการรณรงค์แล้ว ยังมีการผลิตสื่อรณรงค์เพื่อใช้ในกิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ด้วย โดยสามารถจำแนกสื่อรณรงค์ออกได้เป็น 2 ประเภท คือ สื่อ Ground war และสื่อ Air war ผลจากการวิจัยการผลิตสื่อรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ของมูลนิธิรณรงค์ฯ ผลปรากฏดังนี้

ในปี พ.ศ.2537 ซึ่งเป็นปีแรกของการรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ก็ได้มีการผลิตสื่อ Ground war โดยมีการจัดทำชุดข้อมูลและสื่อรณรงค์ต่างๆ เพื่อใช้ในกิจกรรมการการสัมมนาระดมความคิดเห็น และมีการจัดทำโปสเตอร์ชุดผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ตลอดจนเสื้อและนาฬิกาเพื่อใช้ในกิจกรรมรณรงค์ที่ร่วมกับการประกวดมิสทีนไทยแลนด์

ผลการศึกษาพบว่า ต่อมาในปี พ.ศ.2541 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังคงใช้สื่อโปสเตอร์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ โดยการจัดทำโปสเตอร์รณรงค์ชุด "ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่" อีกครั้ง และได้มีการเผยแพร่ไปยังสื่อมวลชน ร้านเสริมสวยและโรงเรียนทั่วประเทศ



ภาพที่ 4.14 ภาพโปสเตอร์รณรงค์ชุด "ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่" ในปี พ.ศ.2541

โดยผลการศึกษาเอกสาร ผู้วิจัยพบว่า ในปี พ.ศ.2545 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้เริ่มมีการใช้สื่อ Air war ควบคู่กับการใช้สื่อ Ground war ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

โดยผู้วิจัยพบว่า ในการผลิตสื่อ Air war ทางมูลนิธิรณรงค์ฯได้ประสานกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ให้ผลิตสื่อโฆษณาณรงค์ชุดผู้หญิงไม่สูบบุหรี่เรื่องฝ่าแฉด (อีด-เอ) โดยเน้นให้เห็นถึงผลเสียของการสูบบุหรี่เปรียบเทียบให้เห็นความแตกต่างของการสูบและไม่สูบบุหรี่ในผู้หญิงฝ่าแฉด มีความยาว 30 วินาที โดยทางมูลนิธิรณรงค์ฯได้ขอความอนุเคราะห์เผยแพร่ในสถานีต่างๆ คือ ช่อง 3,5, 7, 9, 11,ITV,UBC, รายการนี้แหละชีวิต, รายการเกมฮอต...เพลงฮิต, รายการเพื่อนแก้ว, รายการมิวสิค...อินเทรน นอกจากนี้ มูลนิธิรณรงค์ฯยังได้ร่วมกับรายการวิทยุในเครือบริษัท เอทีเอ็ม มีเดีย เผยแพร่ผลิตสปอตวิทยุความยาว 30 วินาที และชื่อมูลรณรงค์ ในรายการ Hot Wave คลื่น 91.5, รายการ Radio Vote Satellite คลื่น 93.5, รายการ Radio No Ploblem คลื่น 88.0 และได้มีการจัดทำและเผยแพร่ Magazine Ad ในนิตยสาร

ในส่วนของสื่อ Ground War มูลนิธิรณรงค์ฯได้มีการจัดทำสื่อรณรงค์ในประเด็น “สวย เก่ง มั่นใจไม่สูบบุหรี่” โดยมีการจัดทำป้ายโฆษณาบริเวณสถานีรถไฟฟ้า BTS จำนวน 12 สถานี คือ หมอชิต,อาร์วี, อนุสาวรีย์, อโศก, ศาลาแดง, สยาม, พระโขนง,อ่อนนุช, ชิดลม, พร้อมพงษ์, ชองนนท์ และสนามกีฬา นอกจากนี้ยังมีการจัดทำโปสเตอร์แสดงแบบโดยฟรีเซนเตอร์ของการรณรงค์ และมีการรณรงค์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต โดยจัดทำ E-Card เพื่อรณรงค์กับกลุ่มวัยรุ่นหญิงกับ M-Web

นอกจากนี้ ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์ฯยังได้มีการผลิตสื่อรณรงค์ Air war อีกครั้งในปี พ.ศ.2549 ซึ่งเป็นสปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยทางมูลนิธิรณรงค์ฯ ได้ประสานกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนและสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)ในการผลิตและเผยแพร่สื่อโฆษณารณรงค์ชุด “หยุดสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ” ความยาว 30 วินาที โดยเน้นประเด็นการได้รับความรู้มือสองของผู้หญิง ที่มีประโยคในโฆษณาว่า “..แล้วคุณมาทำร้ายฉันทำไม”



ภาพที่ 4.15 สปอตรณรงค์ทางโทรทัศน์ ชุด “หยุดสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ”

● การกำหนดประเด็นในการรณรงค์

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีการกำหนดประเด็นต่างๆในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ โดยผลจากการวิเคราะห์เอกสารพบว่าประเด็นในการรณรงค์ที่ผ่านมาของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ มีดังต่อไปนี้

ผู้วิจัยพบว่า ในปี พ.ศ. 2541 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้เริ่มมีการใช้ประเด็นรณรงค์ว่า “เก่ง เด่น โดยไม่ต้องสูบบุหรี่” ในการจัดกิจกรรมสร้างกระแส “ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่” อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเห็นได้ว่าทางมูลนิธิรณรงค์ฯได้เริ่มเปลี่ยนพีริเซนเตอร์จากสาวงามในเวทีการประกวดนางงามเป็นผู้หญิงเก่งจากวงการต่างๆ ได้แก่ คุณมยุรา เศวตศิลา คุณจิตติพร บุรณสมภพ คุณริสา หงส์หิรัญ คุณคาร่า พลสิทธิ์ และคุณหทัยา วงษ์กระจ่าง ร่วมกันเป็นตัวแทนของผู้หญิงในการชูประเด็นใหม่ของการรณรงค์ให้ผู้หญิง “เก่ง เด่น โดยไม่ต้องสูบบุหรี่”



ภาพที่ 4.16 ภาพพีริเซนเตอร์รณรงค์ประเด็น “เก่ง เด่น โดยไม่ต้องสูบบุหรี่” ในปี พ.ศ.2541

นอกจากนี้ ผู้วิจัยพบว่า ในปี พ.ศ.2544 มูลนิธิรณรงค์ฯยังคงใช้ประเด็นรณรงค์ที่ว่าผู้หญิงเก่งและเด่นได้โดยไม่ต้องพึ่งบุหรี โดยก็ยังคงสร้างกระแสการรณรงค์ด้วยการเปิดตัวพีเรนเตอร์ “ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี” จัดกิจกรรมสร้างกระแสการรณรงค์ประเด็น “สวยและเก่งได้ไม่ต้องพึ่งบุหรี” โดยมีการเปลี่ยนพีเรนเตอร์กลุ่มใหม่ แต่ยังคงเป็นผู้หญิงเก่งจากแวดวงต่างๆ 6 ท่าน ได้แก่ พญ.พรทิพย์ โรจนสุนันท์, คุณสุจิตรา อรุณพิพัฒน์, คุณวรินทร์ ผดุงวิทย์, คุณจณิสตา ลิวเฉลิมวงศ์, คุณกัลป์ยกร นาคสมภพ และพญ.พัชตราพีไล ทวีสิน



ภาพที่ 4.17 ภาพพีเรนเตอร์รณรงค์ประเด็น “สวยและเก่งได้ไม่ต้องพึ่งบุหรี” ในปี พ.ศ.2544

ผลจากการศึกษาเอกสารพบว่า ในปี พ.ศ.2545 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรีได้มีการรณรงค์ที่พุ่งเป้าไปที่กลุ่ม“แม่” โดยมูลนิธิรณรงค์ฯได้มีการจัดกิจกรรมรณรงค์ที่หลากหลาย และมีการพัฒนาแนวทางการประชาสัมพันธ์รณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรีอย่างเห็นได้ชัดเจน โดยเริ่มจากการที่มูลนิธิรณรงค์ฯได้หันมาให้ความสำคัญในรณรงค์เรื่องการสูบบุหรีกับกลุ่มแม่ โดยทางมูลนิธิรณรงค์ฯได้มีการจัดแถลงข่าวเปิดใจคุณแม่ที่เป็นบุคคลมีชื่อเสียงมาพูดคุยในประเด็นเรื่องเลี้ยงลูกสาวอย่างไรไม่ให้สูบบุหรี เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้แม่เข้ามามีบทบาทในการรณรงค์ป้องกันไม่ให้ลูกสาวสูบบุหรี ด้วยการรณรงค์ให้คุณแม่เป็นต้นแบบที่ไม่สูบบุหรีให้กับลูกสาว โดยพีเรนเตอร์ในการรณรงค์ประเด็นดังกล่าวประกอบด้วย คุณสุนันทา นาคสมภพ คุณแม่ของคุณกัลป์ยกร นาคสมภพ(เอิร์น) แพทย์หญิงพรทิพย์ โรจนสุนันท์ คุณแม่น้องเท็น คุณบุญยง คุณแม่ของคุณสาวิกา กาญจนมาศ (ตวง) คุณประภาพร คุณแม่ของคุณมาติกา อรรถกรศิริโพธิ์(ปี) คุณธมลวรรณ คุณแม่ของคุณศรุตตา เรื่องวิริยะ (ออย) และคุณกาญจนา คุณแม่ของน้องปาราวดี วัจนาวพิทักษ์(มาตา)



ภาพที่ 4.18 ภาพครอบครัวพีธีเซนเตอร์รณรงค์ในปี พ.ศ.2545

นอกจากนี้ ผลจากการวิเคราะห์เอกสารโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่พบว่า ในปี พ.ศ. 2548 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังคงดำเนินการประชาสัมพันธ์รณรงค์ในประเด็นเดิมคือ “สวย เก่ง มั่นใจ ไม่สูบบุหรี่” โดยมูลนิธิรณรงค์ฯ ได้มีการจัดแถลงข่าวเปิดตัวพีธีเซนเตอร์ ซึ่งเป็นผู้หญิงเก่งที่เป็นที่รู้จักในสังคม ได้แก่ คุณจณิสตา ลิวเฉลิมวงศ์ คุณมรกต กิตติสวระ (เอมี) พญ. พรทิพย์ โรจนสุนันท์ และทีมพิธีกรผู้หญิงถึงผู้หญิง คุณพัชร์ศรี เบญจมาศ (กาลละแมร์) คุณพิมลวรรณ ศุภยางค์ (ปุย) คุณมีสุข แจ่มมีสุข (ไก่) และคุณกุลนันทา ปัจฉิมสวัสดิ์ (นีน่า)



ภาพที่ 4.19 ภาพพีธีเซนเตอร์รณรงค์ประเด็น “สวย เก่ง มั่นใจ ไม่สูบบุหรี่” ในปีพ.ศ.2548

### ●การจัดกิจกรรมรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมาย

ผลการวิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้มีการจัดกิจกรรมของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ เพื่อรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง โดยผลจากการศึกษาข้อมูลพบว่า กิจกรรมรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมายของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ มีดังต่อไปนี้

ผลการวิจัยพบว่า ในปี พ.ศ.2545 มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้ริเริ่มการจัดกิจกรรมเพื่อรณรงค์ "บุหรี่...แพ้ชั้นร้าย ทำลายเสน่ห์" โดยเริ่มมีการจัดกิจกรรมเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนด้วยการจัดการประกวดข้อความโฆษณา เพื่อค้นหา Key message ในประเด็นดังกล่าวที่จะนำมาใช้ในการรณรงค์โดยเชิญชวนบริษัทโฆษณาให้ส่งผลงานเข้าประกวด มีผู้สนใจส่งข้อความประกวดมากกว่า 100 ข้อความ และได้มีการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชน ด้วยการจัดทำเอกสารข้อมูลให้กับสื่อมวลชนเพื่อนำไปเผยแพร่สร้างกระแสรณรงค์ 2 เรื่อง ได้แก่ เอกสาร "ข้อมูลสำคัญของการสูบบุหรี่กับผู้หญิงไทย" เป็นการรวบรวมข้อมูลสถิติสำคัญเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ของผู้หญิงไทยและต่างประเทศ และ Factsheet ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับผลของการสูบบุหรี่ต่อสุขภาพผู้หญิงซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการสูบบุหรี่กับสุขภาพของผู้หญิง

โดยในปีเดียวกัน ผู้วิจัยพบว่า มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้จัดกิจกรรมวันผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ (SMART GIRL DAY) เพื่อสร้างกระแสการรณรงค์กับกลุ่มวัยรุ่นหญิง ณ ลานเซ็นเตอร์พอยท์ สยามสแควร์ โดยมีศิลปินและนักแสดงร่วมงานเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 4.20 ภาพกิจกรรมวันผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ (SMART GIRL DAY) ปี พ.ศ. 2545

### ส่วนที่ 3 : ผลวิเคราะห์การสัมภาษณ์กลุ่มหญิงสูบบุหรี่

การวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยกลุ่มตัวอย่างที่ให้สัมภาษณ์เป็นผู้หญิงที่สูบบุหรี่ อายุ 18 -28 ปี แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ และกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส กลุ่มละ 15 คน รวมทั้งหมด 30 คน

#### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง

##### กลุ่มหญิงสูบบุหรี่

กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ประกอบด้วย นักศึกษาปริญญาตรี 4 คน นักศึกษาปริญญาโท 4 คน และพนักงานบริษัทเอกชน 7 คน รวมทั้งหมด 15 คน

กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ระบุว่า ไม่มีการจำกัดจำนวนบุหรี่ที่สูบในแต่ละวัน แต่ต้องสูบบุหรี่ทุกวัน เพราะมีความอยากบุหรี่ตลอดเวลา และรู้สึกว่าการสูบบุหรี่เป็นกิจกรรมหนึ่งในชีวิตประจำวัน หากหยุดสูบจะมีผลข้างเคียงต่อร่างกายและจิตใจเช่น มีอารมณ์หงุดหงิดฉุนเฉียว กระวนกระวาย ในบางรายไม่สามารถขยับถ่ายได้

##### กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส

กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสประกอบด้วย นักศึกษาปริญญาตรี 7คน นักศึกษาปริญญาโท 5 คน และพนักงานบริษัทเอกชน 3 คน รวมทั้งหมด 15 คน

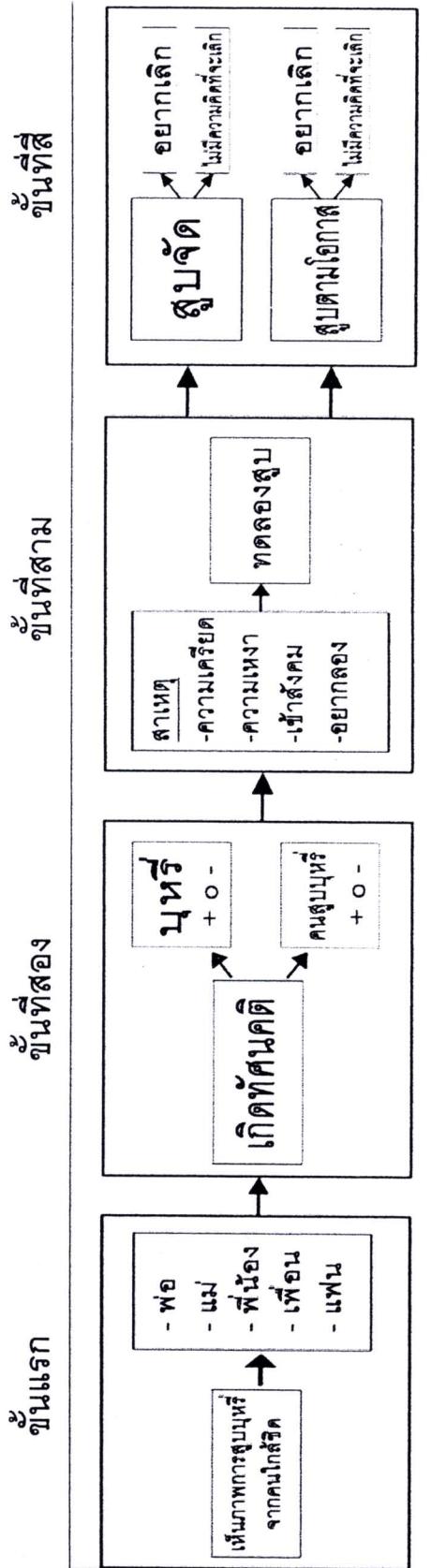
กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสระบุว่า ไม่มีการจำกัดจำนวนบุหรี่ที่สูบในแต่ละวัน และมีความอยากบุหรี่แค่บางเวลาเท่านั้น โดยโอกาสในการสูบบุหรี่ กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสกล่าวว่าตนเองจะสูบเฉพาะตามโอกาส เช่น เวลาที่คนรอบข้างสูบบุหรี่ หรือเวลาออกไปเที่ยวสถานบันเทิงหรือสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อนที่สูบบุหรี่ เป็นต้น

โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นี้ ผู้วิจัยได้ขอแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- (1) กระบวนการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง และ
- (2) การพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่

### 1. กระบวนการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กับกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่าหากวิเคราะห์กระบวนการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่างจะสามารถแบ่งกระบวนการดังกล่าวออกได้เป็น 4 ขั้นตอน ดังแผนภาพต่อไปนี้

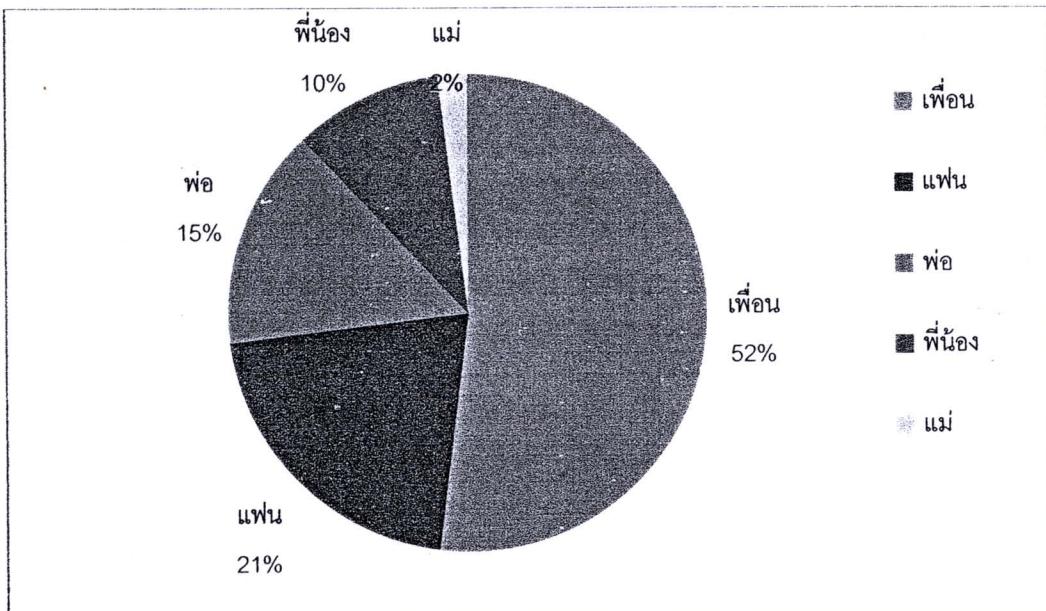


แผนภาพที่ 4.21 แผนภาพแสดงกระบวนการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่าง

### ขั้นแรก ; เห็นภาพการสูบบุหรี่จากบุคคลใกล้ชิด

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า ก่อนที่กลุ่มตัวอย่างจะเริ่มสูบบุหรี่เป็นครั้งแรกจะมีบุคคลใกล้ชิดตัวสูบบุหรี่เป็นตัวอย่างให้เห็นก่อน ซึ่งจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มบุคคลดังกล่าว ได้แก่ พ่อ แม่ พี่น้อง เพื่อน และแฟน (ดังแผนภาพที่ 4.22)

แผนภาพที่ 4.22 แผนภาพแสดงบุคคลใกล้ชิดตัวของกลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่

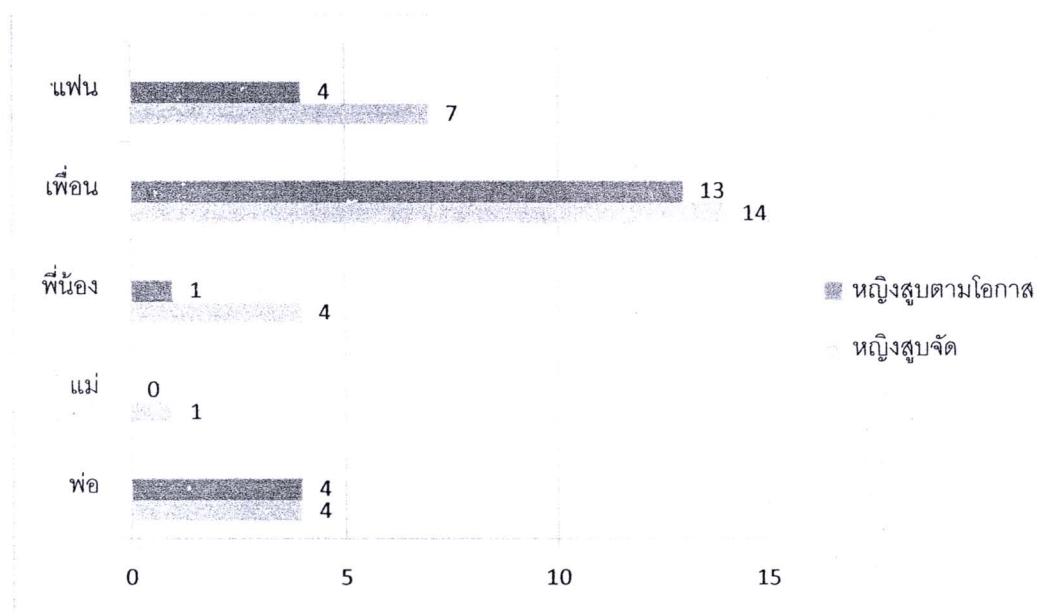


จากการศึกษาพบว่า ก่อนที่จะเริ่มสูบบุหรี่กลุ่มตัวอย่างเห็นตัวอย่างการสูบบุหรี่จากบุคคลใกล้ชิด จำแนกได้ทั้งหมด 5 บุคคล โดยบุคคลใกล้ชิดกับกลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่ที่มากที่สุด คือเพื่อน จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และรองลงมาคือแฟนจำนวน 11 คนคิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือ พ่อ จำนวน 8 คนถูกพบเป็นอันดับที่สามคิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาคือพี่น้อง จำนวน 5คนถูกพบเป็นอันดับที่สี่ คิดเป็นร้อยละ 10 และรองลงมาคือ แม่ ถูกพบเป็นอันดับสุดท้ายคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

นอกจากนี้ เมื่อนำข้อมูลข้างต้นมาเปรียบเทียบจำนวนบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่ระหว่างกลุ่มหญิงสูบบุหรี่และหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสพบว่า ในกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จะปรากฏบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่

มากกว่าในกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสเกือบทั้งหมด คือ แม่ พี่น้อง เพื่อน และแฟน โดยบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่ที่ปรากฏจำนวนเท่ากัน คือพ่อ (ดังแผนภาพที่ 4.23 )

แผนภาพที่ 4.23 แผนภาพแสดงบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่เปรียบเทียบหญิงสูบบุหรี่จัดกับหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส



จากข้อมูลเปรียบเทียบข้างต้น ผู้วิจัยได้ขอตั้งข้อสังเกตว่า ยังมีบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่มาก ยังมีแนวโน้มให้กลุ่มผู้สูบบุหรี่มากขึ้น โดยผลจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่าการมีบุคคลใกล้ชิดที่สูบบุหรี่ทำให้ผู้หญิงเกิดความรู้สึกว่าบุหรี่เป็นเรื่องธรรมดาทั่วไป และมีความกล้าที่จะสูบบุหรี่มากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้หญิงที่มีพ่อแม่สูบบุหรี่กล่าวว่าทำให้ไม่กลัวที่จะโดนตำหนิเรื่องสูบบุหรี่เนื่องจากพ่อแม่ก็สูบบุหรี่เช่นกัน

“ที่บ้านคุณพ่อคุณแม่ก็สูบบุหรี่เลยคิดว่าถ้าเราสูบบุหรี่ก็คงไม่เป็นไร เขาคงไม่ว่าอะไร”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554 )

“ มันทำให้เราสูบเยอะขึ้นนะเพราะว่าก็จะสูบด้วยกันตลอด แล้วการที่แฟนเราสูบมันทำให้เรากล้าที่สูบต่อหน้าคนอื่นด้วย คือรู้สึกว่ามันเห็นๆกันอยู่แล้ว”

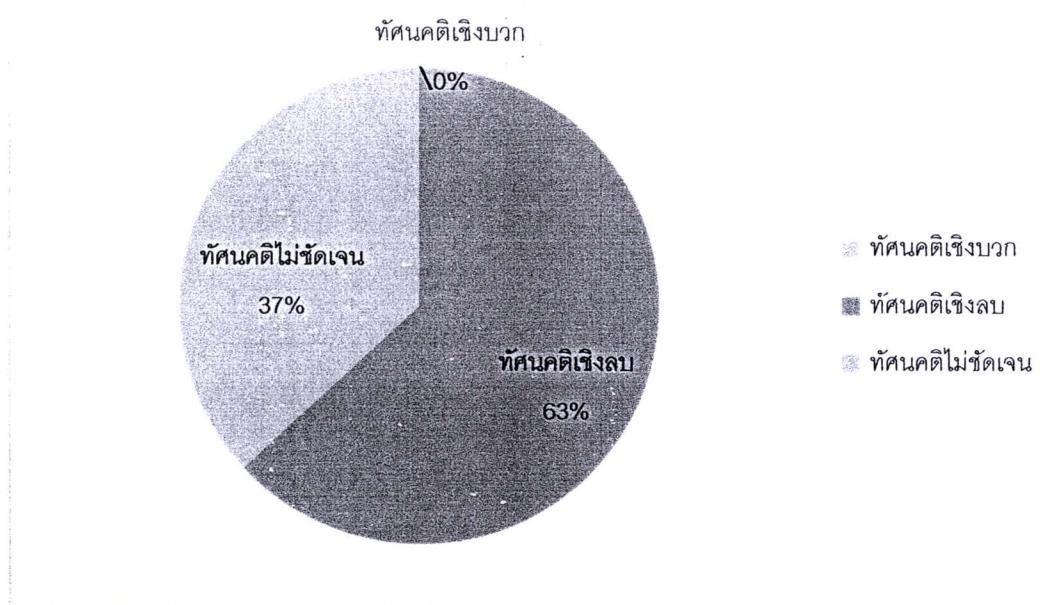
(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554 )

### ขั้นที่สอง : ชั้นเกิดทัศนคติต่อบุหรี่และคนที่สูบบุหรี่

ผลจากการวิจัยพบว่า หลังจากที่ถูกกลุ่มตัวอย่างเห็นภาพการสูบบุหรี่จากบุคคลใกล้เคียงก็จะทำให้เกิดทัศนคติในสองเรื่อง คือ ทัศนคติต่อบุหรี่ และทัศนคติต่อคนที่สูบบุหรี่ ผลปรากฏดังนี้

#### ทัศนคติต่อบุหรี่

แผนภาพที่ 4.24 แผนภาพแสดงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อบุหรี่



จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 19 คนเป็นหญิงสูบจัด 9 คนและหญิงสูบตามโอกาส 10 คนถูกพบว่าทัศนคติเชิงลบต่อบุหรี่คิดเป็นร้อยละ 63 และ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 11 คน

เป็นหญิงสูบบุหรี่ 6 คน และหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 5 คนพบว่าไม่มีทัศนคติต่อบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 37 โดยพบว่าไม่ปรากฏกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อบุหรี่เลย

ทัศนคติเชิงลบ : บุหรี่ทำลายสุขภาพและความงาม

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเชิงลบต่อบุหรี่กล่าวว่าบุหรี่เป็นสิ่งที่ไม่ดี โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเชิงลบต่อบุหรี่ส่วนใหญ่จะให้เหตุผลในเรื่องผลกระทบจากการสูบบุหรี่ที่มีต่อสุขภาพว่าสูบลแล้วให้โทษต่อร่างกายและนำมาซึ่งโรคต่างๆ รองลงมาคือเหตุผลเรื่องความสวยความงามว่า การสูบบุหรี่ทำให้เกิดริ้วรอย และดูแก่ก่อนวัยอันควร

“ถ้าให้พูดจริงๆบุหรี่มันเป็นสิ่งไม่ดีหรอก มันทำลายสุขภาพทั้งสุขภาพตัวเองแล้วก็สุขภาพคนรอบข้างเราด้วย ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554)

“ เราว่ายังไงมันก็ไม่ดีไม่เวิร์คอยู่แล้ว เพราะว่าอะไรที่มันทำลายสุขภาพเรามันก็ไม่ดีทั้งนั้น ”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“ผู้หญิงสูบบุหรี่จะหน้าแก่เร็วกว่าคนที่ไม่สูบบุหรี่ ทำให้ผิวเสียด้วย”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2554)

ทัศนคติไม่ชัดเจน : บุหรี่เป็นเรื่องปกติธรรมดาทั่วไป

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามียกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติไม่ชัดเจนต่อบุหรี่ กล่าวคือ ไม่ได้แสดงออกว่ามีความรู้สึกที่ดีหรือมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อบุหรี่ โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าการสูบบุหรี่เป็นแค่เรื่องปกติธรรมดาทั่วไป ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างจะไม่ได้รู้สึกว่าบุหรี่เป็นสิ่งที่ดีแต่ก็ไม่ได้รู้สึกว่าบุหรี่เป็นสิ่งที่น่ากลัวอะไร และก็ไม่ได้มีความรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่เลวร้ายอะไรหากจะสูบบุหรี่ โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าบุหรี่ไม่ใช่สิ่งเดียวที่ทำลายสุขภาพ โดยเฉพาะเมื่อนำบุหรี่ไปเปรียบเทียบกับยาเสพติดซึ่งให้โทษมากกว่าบุหรี่มากมาย

“ไม่ได้อยู่สักพักก็เป็นอะไรที่พิเศษหรือว่าเป็นอะไรที่แย่ๆ เราว่าการสูบบุหรี่เป็นเรื่องปกติธรรมดาไปแล้วนะเดี๋ยวนี้ ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554 )

“ในมุมมองของตัวเองก็คิดว่าการสูบบุหรี่มันไม่ได้เลวร้ายอะไรขนาดนั้น ถึงจะรู้ว่ามันไม่ดีแต่ถ้าไปเทียบกับยาเสพติด สูบบุหรี่ก็ยิ่งดีกว่านะ”

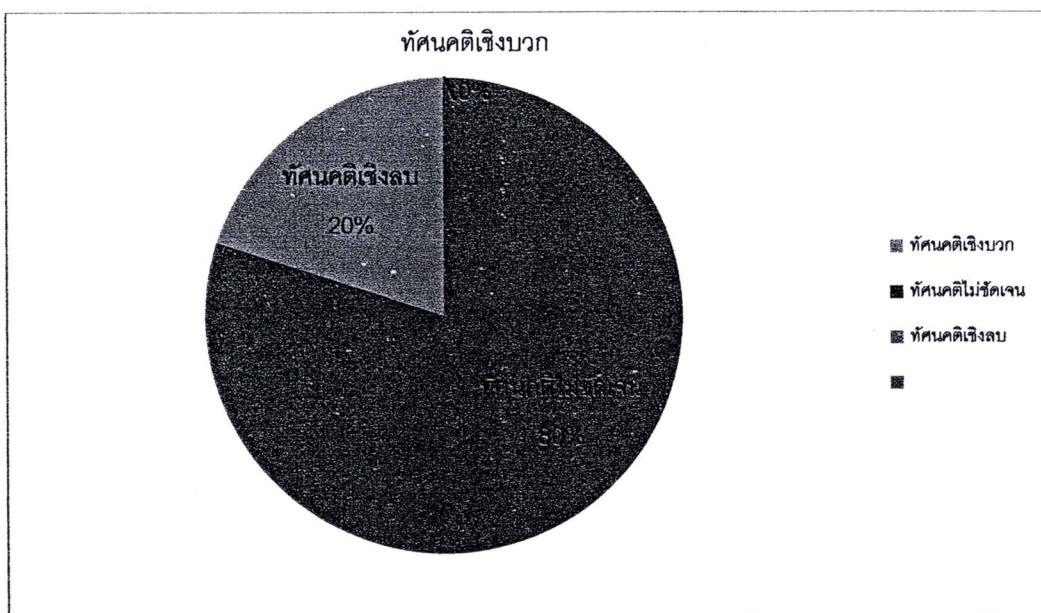
(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2554)

“ ถึงจะไม่สูบบุหรี่ แต่เราว่าทุกวันนี้เราว่ามลพิษมันก็แย่นะ สูดเข้าไปก็ไม่ดีแย่กว่าสูบบุหรี่อีก ”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

#### ทัศนคติต่อคนสูบบุหรี่

แผนภาพที่ 4.25 แผนภาพแสดงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อคนสูบบุหรี่



จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างจำนวน 6 คน เป็นหญิงสูบบุหรี่ 3 คนและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 3 คนถูกพบว่าไม่มีทัศนคติเชิงลบต่อคนที่สูบบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 20 และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 24 คนเป็นหญิงสูบบุหรี่ 12 คนและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 12 คนถูกพบว่าไม่มีทัศนคติไม่ชัดเจนต่อคนที่สูบบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 80 โดยพบว่าไม่ปรากฏกลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อคนสูบบุหรี่เลย

ทัศนคติเชิงลบ : คนสูบบุหรี่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีทัศนคติเชิงลบกับคนสูบบุหรี่ให้เหตุผลในเรื่องภาพลักษณ์ของคนสูบบุหรี่ว่า คนที่สูบบุหรี่ยังงั้นก็มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี ในกลุ่มตัวอย่างบางคนยังกล่าวว่ามีความรู้สึกไม่ดีกับการที่ตนเองเป็นผู้หญิงที่สูบบุหรี่ โดยเฉพาะในสังคมไทยที่คนส่วนใหญ่ยังมองภาพลักษณ์ของคนสูบบุหรี่ในแง่ลบอยู่ ซึ่งจากบทสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างยังมีความรู้สึกว่า การที่ผู้หญิงสูบบุหรี่ยังเป็นเรื่องที่สังคมไทยยังไม่ยอมรับไม่ว่าจะในทางปฏิบัติหรือทางความรู้สึก เนื่องจากเหตุผลในเรื่องวัฒนธรรมประเพณีและค่านิยมที่ว่าผู้หญิงไทยไม่สูบบุหรี่

“ยังไงคนสูบบุหรี่มันก็ดูไม่ดีดูแรงกว่าอยู่แล้วถ้าเทียบกับคนที่ไม่สูบบุหรี่”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

“เดี๋ยวนี้เห็นคนสูบบุหรี่เยอะมากจนบางคนคิดว่าสังคมรับได้แล้ว แต่จริงๆสังคมไทยก็ยังไม่ยอมรับคนสูบบุหรี่หรอกด้วยเรื่องวัฒนธรรม ค่านิยมต่างๆ เราสูบบุหรี่เองยังไม่ชอบเลย”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“คนสูบบุหรี่ยังไงก็ดูไม่ดีหรอก และคิดว่าสังคมก็ยังรับไม่ได้นะ เพราะว่าเคยเจอกับตัวเองเลย คือยืนสูบบุหรี่อยู่แล้วก็รู้สึกมีคนมองเราแปลกๆ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

“พูดจริงๆว่าเรายังไม่ชอบตัวเองที่สูบบุหรี่เลยนะ เพราะงั้นเราจะมิกฎในการสูบบุหรี่ของตัวเองว่าเราจะไม่สูบบุหรี่ต่อหน้ากระจกเด็ดขาด เพราะเราไม่อยากจะเห็นภาพตัวเองสูบบุหรี่”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

ทัศนคติไม่ชัดเจน: การสูบบุหรี่ไม่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของคนที่สูบ

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่ามิกฎตัวอย่างมีทัศนคติที่ไม่ชัดเจนต่อคนที่สูบบุหรี่ กล่าวคือการสูบบุหรี่ไม่ได้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคนที่สูบ โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า ถึงแม้ว่าจะรู้ว่าบุหรี่เป็นสิ่งที่ไม่ดีแต่ก็ไม่ได้คิดว่าคนสูบบุหรี่ทุกคนจะเป็นคนไม่ดี จึงไม่ได้มองภาพลักษณ์ของคนที่สูบบุหรี่ในแง่ลบ

“..ก็จริงที่บุหรี่มันเป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่จะเอาตรงนี้มาตัดสินว่าใครดีไม่ดีไม่ได้หรอก”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2554)

“จริงๆมันไม่เกี่ยวเลยนะ บางคนจะชอบมองว่าคนสูบบุหรี่ดูไม่ดี ดูแรง จริงๆไม่ใช่เลย คนที่ไม่สูบบุหรี่ก็เชื่อว่าจะเป็นคนดีเสมอไป ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนมองว่าเรื่องการสูบบุหรี่เป็นเรื่องของสิทธิส่วนบุคคล โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าหากผู้สูบบุหรี่ไปสูบในที่ๆถูกจัดไว้ให้สำหรับคนสูบบุหรี่ และการสูบบุหรี่นั้นไม่ได้สร้างความเดือดร้อนให้กับผู้อื่นก็ไม่ถือว่าเป็นเรื่องที่ผิด

“คิดว่าเป็นเรื่องส่วนตัวของเขาละ คือถ้าเราคิดว่าสูบแล้วมันไม่สร้างความเดือดร้อนให้ใครสูบในที่ๆสูบได้ไม่ได้ไปรบกวนชาวบ้านก็ไม่คิดว่าเป็นเรื่องที่ผิด”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

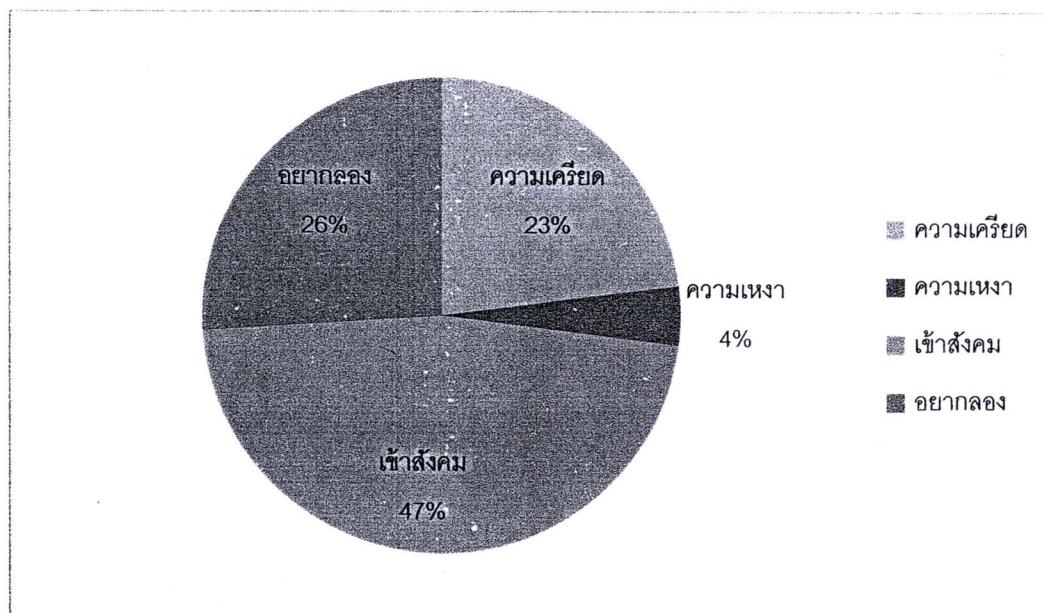
“ถ้าการสูบบุหรี่ไม่ได้ไปรบกวนคนอื่นก็ไม่ใช่เรื่องเสียหาย ไม่เคยมองว่าคนสูบบุหรี่จะเป็นคนไม่ดีนะ เขาแค่สูบบุหรี่ไม่ได้ไปขโมยของหรือไปฆ่าคนอื่นสักหน่อย”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2554)

### ขั้นที่สาม : ขั้นทดลองสูบบุหรี่

ขั้นทดลองสูบบุหรี่เป็นขั้นที่กลุ่มตัวอย่างได้เริ่มทดลองสูบบุหรี่เป็นครั้งแรก โดยผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีสาเหตุที่ทำให้เกิดการทดลองสูบบุหรี่ที่แตกต่างกัน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าสาเหตุดังกล่าว ได้แก่ ความเครียด ความเหงา ความต้องการเข้าสังคม และความอยากลอง (ดังแผนภาพที่ 4.26)

แผนภาพที่ 4.26 แผนภาพแสดงสาเหตุการทดลองสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง



จากการศึกษาสาเหตุการทดลองสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า สาเหตุที่ถูกรับมากที่สุดคือเพื่อเข้าสังคม คิดเป็นร้อยละ 23 รองลงมาคืออยากลอง คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมาคือความเครียด ถูกรับเป็นอันดับที่สามคิดเป็นร้อยละ 23 และสาเหตุที่พบน้อยที่สุดคือ ความเหงา คิดเป็นร้อยละ 4

#### บุหรี่กับการเข้าสังคม

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรี่เพื่อต้องการเข้าสังคมสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าการสูบบุหรี่เป็นกิจกรรมเข้าสังคมอย่างหนึ่งในกลุ่มเพื่อน โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่าหากสมาชิกในกลุ่มเพื่อนสูบบุหรี่ทั้งหมด โดยที่ตนเองไม่ได้สูบจะทำให้รู้สึกว่าตนเองแตกต่างจากกลุ่มเพื่อน และมีความรู้สึกว่าตนเองไม่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

“ เวลาอยู่กับเพื่อนแล้วเพื่อนสูบกันหมด ถ้าเรานั่งเฉยๆไม่มีบุหรี่ดูดก็จะรู้สึกแปลกๆ มันต้องมีอะไรที่เข้าร่วมกันกับเพื่อน ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

#### บุหรี่กับความอยากรู้ อยากลอง

ผลการวิจัยพบว่า ความอยากรู้ อยากลองก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คนเริ่มทดลองสูบบุหรี่ โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเริ่มสูบบุหรี่ตั้งแต่วัยอยู่ในวัยเรียน ซึ่งเป็นธรรมชาติของคนวัยดังกล่าวที่จะต้องมีความอยากรู้ อยากลอง จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นเรื่องการสูบบุหรี่เป็นเรื่องใหม่ที่ท้าทาย และน่าตื่นเต้น ถึงแม้จะทราบว่าการสูบบุหรี่เป็นสิ่งที่ไม่ดีต่อสุขภาพ

“ ครั้งแรกที่สูบคือเห็นเพื่อนสูบ เราก็เลยขอเพื่อนมาสูบบ้าง อยากรู้ว่ามันเป็นยังไง ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 23 มกราคม 2554)

“ เป็นธรรมชาติของเด็กวัยรุ่นนั่นแหละที่อยากรู้อยากลองนี่ เห็นอะไรใหม่ๆ ก็ตื่นเต้นอยากลองไปหมด ”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)



### บุหรีกับความเครียด

ผลการวิจัยพบว่า สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรีเพราะมีความเชื่อว่าบุหรีสามารถช่วยคลายเครียดได้ โดยสาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าการสูบบุหรีช่วยคลายเครียดได้เนื่องจากสารนิโคตินที่อยู่ในควันบุหรี เมื่อสูดเข้าสู่ร่างกายแล้วก็จะเข้าสู่สมองและออกฤทธิ์กระตุ้นสมองส่วนกลางทำให้รู้สึกผ่อนคลาย แต่ความรู้สึกนี้จะเป็นเพียงแค่ระยะสั้น เมื่อปริมาณนิโคตินลดลงก็จะทำให้ผู้สูบบเกิดอาการหงุดหงิดและเครียดในเวลาต่อมา

ด้วยเหตุผลข้างต้น จึงทำให้หลายคนติดบุหรีเนื่องจากเข้าใจว่าบุหรีสามารถช่วยคลายเครียดได้และมีความต้องการนิโคตินอยู่เรื่อยๆ ซึ่งจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องผลกระทบต่อบุหรีที่มีต่อสุขภาพ

“ เวลาสูบบุหรีมันจะรู้สึกโล่งๆ เย็นๆ ช่วยให้เราผ่อนคลาย คลายเครียดได้ ”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2554)

### บุหรีกับความเหงา

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่สูบบุหรีเพราะความเหงาพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้บุหรีเป็นกิจกรรมคลายเหงา โดยกล่าวว่าการสูบบุหรีเป็นเหมือนกิจกรรมอย่างหนึ่งในชีวิตประจำวันเวลาที่เบื่อ หรือเวลาที่ไม่มีอะไรทำ โดยลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่พบว่าสูบบุหรีเพื่อคลายเหงานั้น ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะมีลักษณะความเป็นอยู่ที่ต้องอยู่คนเดียว ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ต้องอยู่หอพัก หรืออยู่คอนโดคนเดียว

“ ยังจำวันแรกที่สูบได้ วันนั้นอยู่ที่คอนโดคนเดียวแล้วเหงาๆ เบื่อๆ ไม่มีอะไรทำ อยู่ๆ ก็คิดอยากสูบบุหรี ก็เดินลงไปซื้อที่ร้านขายของชำได้คอนโดขึ้นมาสูบเลย หลังจากวันนั้นก็สูบมาตลอดจนถึงทุกวันนี้ ”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2554)

### ขั้นสุดท้าย : ชั้นมีพฤติกรรมสูบบุหรี่ต่อเนื่อง

ผลวิจัยพบว่า การเกิดพฤติกรรมการสูบบุหรี่เกิดจากการที่กลุ่มตัวอย่างได้ทดลองสูบบุหรี่ครั้งแรกแล้วพบว่าบุหรี่สามารถสนองความต้องการของตนเองได้ ทำให้รู้สึกดีต่อการสูบบุหรี่และต้องการที่จะสูบบุหรี่อีก จนมีพฤติกรรมการสูบบุหรี่อย่างต่อเนื่อง

“ทดลองสูบบุหรี่ครั้งแรกแล้วรู้สึกว่ เออบุหรี่มันก็ไม่ได้รสชาติแ่เหมือนที่เราเคยคิดไว้ นะ”  
(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554)

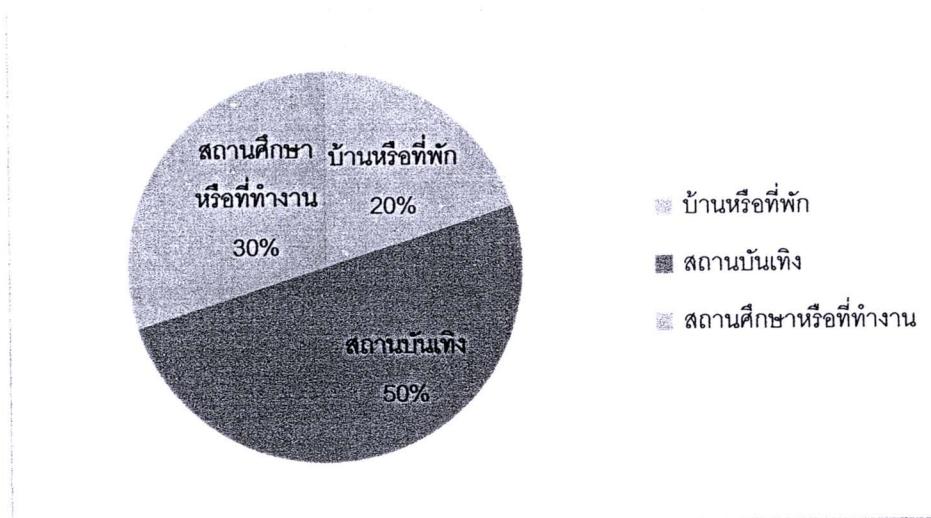
“พอครั้งแรกได้สูบบุหรี่แล้วเราก็รู้สึกดีกับมัน พอวันต่อมาเห็นคนอื่นสูบบุหรี่เราก็อยากสูบบุหรี่อีก”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

### สถานที่กับการสูบบุหรี่

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่ที่ต่อเนื่องนั้น เนื่องจากเมื่อทดลองสูบบุหรี่ครั้งแรกก็ยังมีความต้องการที่จะสูบบุหรี่อีกเรื่อยๆ โดยพบว่า“สถานที่”เป็นหนึ่งองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดโอกาสในการสูบบุหรี่ โดยผลจากการสัมภาษณ์พบว่าสถานที่ทุกกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการสูบบุหรี่เป็นประจำ ได้แก่ บ้านหรือที่พัก สถานบันเทิง และสถานศึกษาหรือที่ทำงาน (ดังแผนภาพที่ 4.27)

แผนภาพที่ 4.27 แผนภาพแสดงสถานที่ทุกกลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่เป็นประจำ



จากการศึกษาประเด็นสถานที่กลุ่มตัวอย่างสูบบุหรี่เป็นประจำพบว่า สถานที่ที่ถูกรบกวนมากที่สุด คือ สถานบันเทิง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือสถานศึกษาหรือที่ทำงาน คิดเป็นร้อยละ 30 และสถานที่ถูกรบกวนน้อยสุดคือบ้าน คิดเป็นร้อยละ 20

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ในที่เดิมๆที่ตนเองสูบบุหรี่เป็นประจำ และบรรยากาศรอบข้างก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความอยากสูบบุหรี่

“ปกติก็จะสูบตอนอยู่ที่ทำงานคะ เวลาพักกินข้าวกลางวันเสร็จก็ต้องไปที่ระเบียงที่สำหรับสูบบุหรี่เป็นประจำ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าไม่มีบรรยากาศที่จะสูบเราก็จะไม่สูบ อย่างถ้าเวลาอยู่ห้องแพนซึ่งมันจะเป็นห้องแบบปิดๆ อากาศไม่ค่อยถ่ายเทเราก็ไม่ค่อยอยากสูบ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

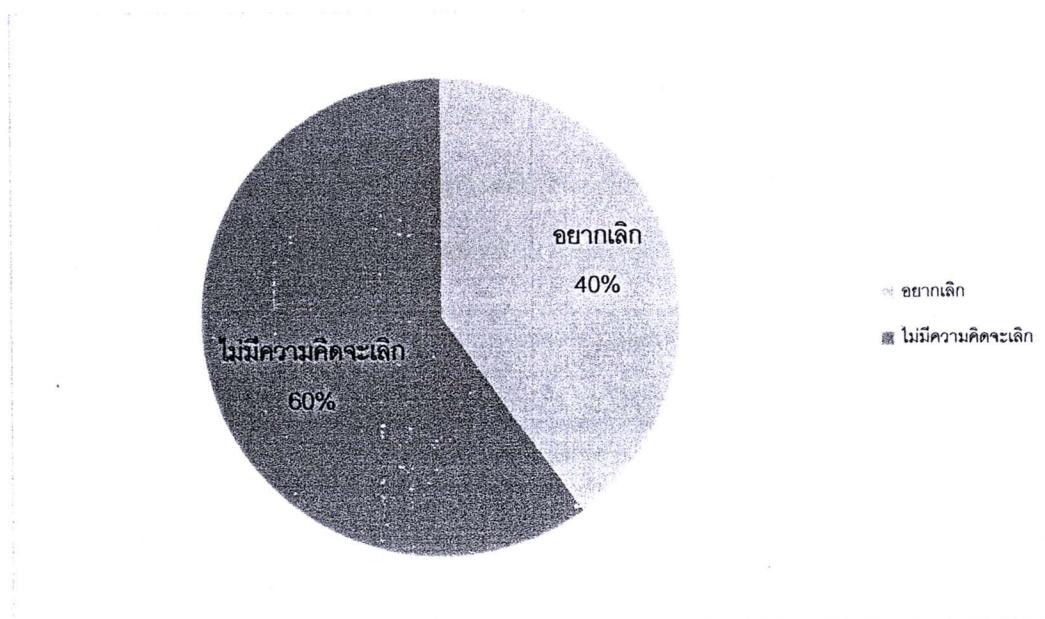
“เวลาไปเที่ยวกลางคืน หรือว่าไปร้านที่บรรยากาศชิลๆ อากาศเย็นๆ มันจะอยากทำให้เราสูบนะ แบบบรรยากาศดีๆแบบนี้เฮาสักหน่อย่น่า”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2554)

### ความอยากเลิกบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์ประเด็นความอยากเลิกบุหรี่กับกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังนี้

แผนภาพที่ 4.28 แผนภาพแสดงความอยากเลิกบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง



ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 18 คนเป็นหญิงสูบบุหรี่ 7 คนและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 11 คนถูกพบว่าไม่มีความคิดจะเลิกบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 60 และกลุ่มตัวอย่างจำนวน 12 คนเป็นหญิงสูบบุหรี่ 8 คนและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 4 คนถูกพบว่าอยากเลิกบุหรี่ คิดเป็นร้อยละ 40  
ทำไมจึงอยากเลิกบุหรี่?

ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยากเลิกบุหรี่ส่วนมากเป็นกลุ่มสูบบุหรี่มากกว่ากลุ่มสูบบุหรี่ตามโอกาส โดยจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงเหตุผลของทั้งสองกลุ่ม ผลปรากฏดังนี้

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มหญิงสูบบุหรี่พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความอยากเลิกบุหรี่เนื่องจากเหตุผลเรื่องสุขภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า ผลจากการที่สูบบุหรี่เป็นปริมาณมากและสูบบุหรี่เป็นประจำอย่างต่อเนื่องทำให้ส่งผลกระทบต่อสุขภาพร่างกาย จึงทำให้อยากเลิกสูบบุหรี่แต่ไม่สามารถเลิกได้

“ก็อยากเลิกนะ เพราะว่าเคยเข้าโรงพยาบาลเพราะว่าเรื่องปอดเนี่ย เพราะเราสูบบุหรี่หนักมาก แล้วตัวเองก็เป็นโรคภูมิแพ้อยู่แล้ว ระบบหายใจมันแย่ออยู่แล้วยิ่งสูบบุหรี่ก็เลยเป็นหนักเลย”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

“บางช่วงก็จะไอนั่นๆ หายใจไม่ทั่วท้องแล้วก็รู้สึกแน่นๆหน้าอก บางทีรู้สึกเหมือนตัวเอง หายใจไม่ออกแบบมันทำให้ร่างกายเราไม่แข็งแรงไปเลย”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

ส่วนผลการสัมภาษณ์กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสพบว่า กลุ่มตัวอย่างอยากเลิกสูบบุหรี่ เพราะ รู้อยู่แล้วว่าการสูบบุหรี่เป็นสิ่งที่ไม่ดี แต่บางครั้งยังต้องการใช้บุหรี่เพื่อเข้าสังคมกับกลุ่มเพื่อนจึงไม่สามารถเลิกขาดได้

“ถามว่าอยากเลิกไหมก็อยากเลิก เคยพยายามเลิกแบบไม่สูบลาย แต่พอไปเที่ยวเฮฮา กับเพื่อน พอเห็นเพื่อนสูบก็นึกใจไม่ได้กลับมาสูบลูกอีกอยู่ดี”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

“เคยตั้งใจจะเลิกนะแต่พอได้ไปเที่ยวกับเพื่อนมันก็กลับมาสูบลูกอีก ถ้าไม่ได้ไปเที่ยวแบบ ติดๆกันเลยก็อาจจะเลิกได้นะเพราะว่าจะอยากสูบลูกตอนไปเที่ยวกลางคืน แต่ที่นี่ศุกร์เสาร์เราก็ต้องเจอเพื่อนอีกแล้วก็ต้องสูบลูกอีก”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

ทำไมจึงไม่มีความคิดอยากเลิกบุหรี่ ?

ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่อยากเลิกบุหรี่ส่วนมากเป็นกลุ่มสูบบุหรี่ตามโอกาส มากกว่ากลุ่มสูบบุหรี่จัด โดยจากการสัมภาษณ์เพิ่มเติมถึงเหตุผลของทั้งสองกลุ่ม ผลปรากฏดังนี้

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคิดว่าตัวเอง ไม่ได้สูบบุหรี่ในปริมาณมากและสูบลูกบ้างโอกาสเท่านั้นไม่ได้สูบลูกบ่อยๆอยู่แล้วการสูบบุหรี่จึงไม่น่ามีผลกระทบต่อสุขภาพมากถึงขั้นทำให้เกิดโรค ด้วยเหตุนี้กลุ่มตัวอย่างจึงไม่มีความคิดที่จะเลิกสูบบุหรี่

“ไม่เคยคิดว่าจะเลิกนะ เพราะว่าเราไม่ได้ติดบุหรี่แบบต้องสูบบุหรี่ตลอดเวลา มันไม่น่ามีผลกับสุขภาพอะไรเท่ากับคนที่เขาสูบกัมแบบจริงจังหรอก”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554 )

ส่วนผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มหญิงจัด ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างไม่มีความคิดที่จะเลิกบุหรี่เนื่องจากคิดว่าตนเองติดการสูบบุหรี่ไปแล้ว ไม่สามารถเลิกได้ โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างบางคนได้เคยมีความพยายามที่จะเลิกบุหรี่แล้วแต่ไม่สำเร็จ จึงเลิกล้มความคิดที่จะเลิกบุหรี่ไป

“คงไม่เลิกเพราะว่าเราสูบบุหรี่มานานแล้วอะ มันติดไปแล้ว เลิกยากแล้วตอนนี้”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จัดและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสในเรื่องกระบวนการสูบบุหรี่ ผู้วิจัยนำมาเขียนสรุปและเปรียบเทียบให้เห็นข้อเหมือนและข้อแตกต่างระหว่างกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จัดและกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ตารางเปรียบเทียบกระบวนการสูบบุหรี่ระหว่างกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จัดและกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส (\*ในข้อที่มีความเหมือนหมายถึงข้อนั้นมีปรากฏทั้งในกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จัดและกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส)

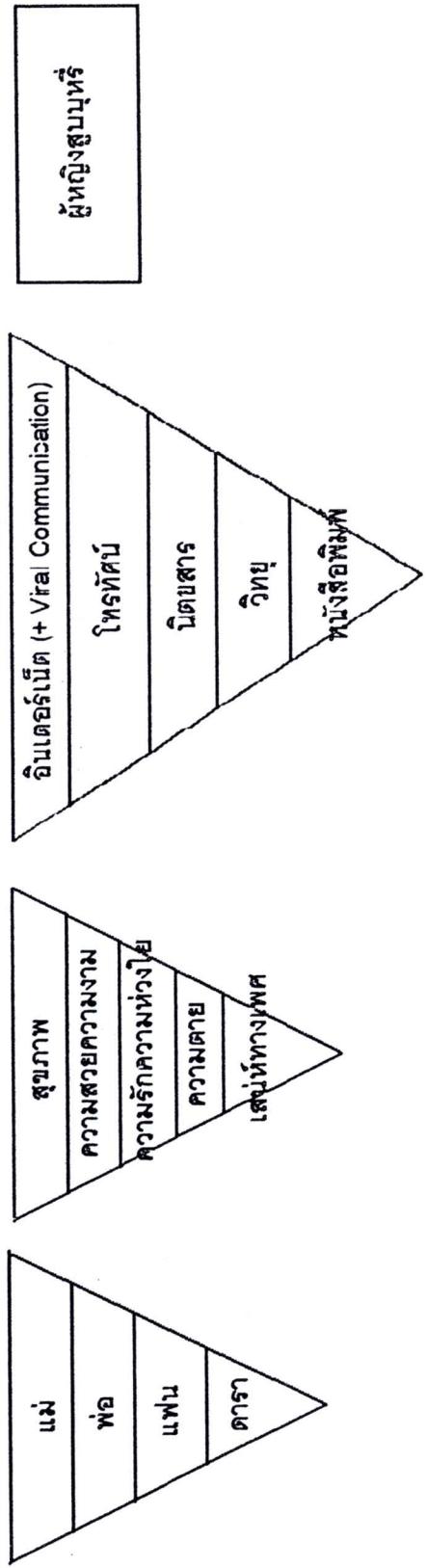
	ขั้นตอนการสูบบุหรี่	เหมือน	ต่าง	หญิงสูบบุหรี่	หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส
1.	<b>ขั้นแรก</b> การเห็นคนใกล้ชิดสูบบุหรี่มีผลให้เกิด แนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมสูบบุหรี่ ( ทำให้มองว่าบุหรี่เป็นเรื่องธรรมดา และกล้าที่จะสูบบากขึ้น )	√		-	-
2.	<b>ขั้นสอง</b> ทัศนคติต่อบุหรี่ : - บุหรี่ทำลายสุขภาพ - บุหรี่ไม่ได้เป็นสิ่งที่น่ากลัว	√		-	-
3.	ทัศนคติต่อคนสูบบุหรี่ - คนสูบบุหรี่มีภาพลักษณ์ที่ไม่ดี โดยเฉพาะในสังคมไทย - การสูบบุหรี่ไม่ส่งผลต่อ ภาพลักษณ์ของผู้สูบ	√		-	-
4.	<b>ขั้นสาม</b> สาเหตุที่ทำให้ทดลองสูบบุหรี่ได้แก่ เพื่อ เข้าสังคม, อยากรลอง, ความเครียด และความเหงา	√		-	-
5.	<b>ขั้นสี่</b> สถานที่ที่สูบบุหรี่เป็นประจำได้แก่ สถานบันเทิง, บ้านหรือที่พัก และ สถานศึกษาหรือสถานที่ทำงาน	√		-	-
7.	สาเหตุหลักที่ทำให้อยากเลิกบุหรี่คือ เรื่องผลกระทบต่อสุขภาพ	√		-	-
8.	สาเหตุที่ไม่มีความคิดจะเลิกบุหรี่		√	-คิดว่าตนเองไม่ สามารถเลิกได้ -เคยพยายามเลิก แต่ไม่สำเร็จจึง ล้มเลิกความคิด	-ยังไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ - คิดว่าการที่สูบน้อย จะไม่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ

ข้อมูลจากตารางเปรียบเทียบข้างต้นแสดงให้เห็นว่าขั้นตอนหรือพฤติกรรมการสูบบุหรี่ระหว่างกลุ่มหญิงสูบบุหรี่จัดและกลุ่มหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสนั้นมีความเหมือนกันเกือบทุกข้อ มีเพียงสาเหตุของการที่ไม่มีความคิดที่จะเลิกบุหรี่เท่านั้นที่พบความแตกต่างระหว่างหญิงสูบบุหรี่จัดและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส

## 2. การพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่

การวิจัยส่วนนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเอกสารเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ในปี 2552-2553 ประกอบกับการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อพัฒนาแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ โดยผลการวิจัยถูกจำแนกออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1.แนวทางการใช้สื่อบุคคล 2.แนวทางการใช้เนื้อหา และ 3. แนวทางการใช้เครื่องมือสื่อสาร (ดังแผนภาพที่ 4.29 )

S → M → C → R



แผนภาพที่ 4.29 แผนภาพแสดงการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่

## 1.แนวทางการใช้สื่อบุคคล

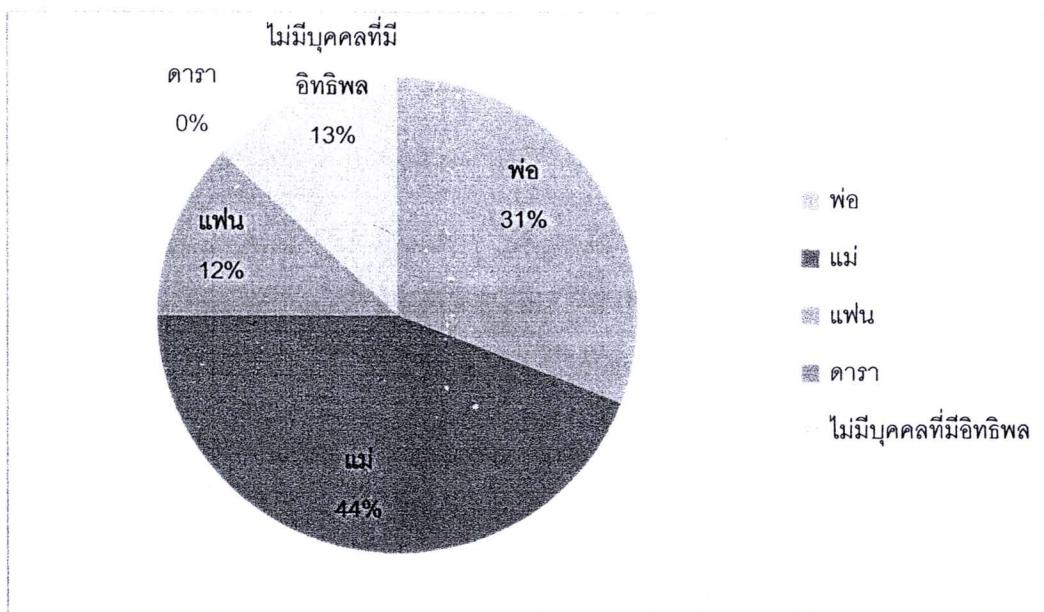
ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องการใช้ผู้สื่อสารกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ เพื่อศึกษาลักษณะของสื่อบุคคลที่พึงประสงค์สำหรับกลุ่มตัวอย่างกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ผลปรากฏดังนี้

### สื่อบุคคลกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

ผลการวิเคราะห์เอกสารโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่พบว่า ในปี 2552-2553 สื่อบุคคลที่ถูกใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ สามารถจำแนกได้ ดังนี้คือ พ่อ แม่ แฟน และ ดารานักร้อง (ดังแผนภาพที่ 4.30)

โดยผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นสื่อบุคคลที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ผลปรากฏดังนี้

แผนภาพที่ 4.30 แผนภาพแสดงสื่อบุคคลที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง



จากการศึกษาสื่อบุคคลที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ในปี 2552-2553 พบว่า สื่อบุคคลอันพึงประสงค์ที่พบมากที่สุด คือ แม่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ พ่อ จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 31 รองลงมาคือแฟน จำนวน 5 คน ถูกพบเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 12 โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คนที่คิดว่าไม่มีบุคคลใดที่มีอิทธิพลต่อการเลิกบุหรี่เลย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ โดยที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าผู้สื่อสารที่ไม่มีอิทธิพลต่อการเลิกบุหรี่เลย คือ ดารานักร้อง

#### อิทธิพลของบุคคลใกล้ชิดต่อหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลิกบุหรี่ทั้งหมด คือบุคคลใกล้ชิด อันได้แก่ พ่อแม่ และแฟน (ดังแผนภาพที่ 3.1.1)

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่า จากการรณรงค์เกี่ยวกับผู้หญิงและการสูบบุหรี่ที่ผ่านมา ซึ่งมีการใช้สื่อบุคคลเป็นบุคคลใกล้ชิด อันได้แก่ พ่อแม่ และแฟน ในการโน้มน้าวใจให้เลิกสูบบุหรี่ กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าการใช้บุคคลใกล้ชิดเป็นผู้สื่อสารสามารถสร้างผลกระทบต่อความรู้สึกให้อยากเลิกสูบบุหรี่ได้มากกว่าบุคคลใกล้ชิด

“ใช้คนใกล้ชิดมันทำให้เรามีอารมณ์ร่วมมากกว่าให้ใครก็ไม่รู้มาพูดให้เราเลิก”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

โดยกลุ่มตัวอย่างให้เหตุผลว่า เนื่องจากบุคคลใกล้ชิดโดยเฉพาะพ่อแม่เป็นบุคคลที่สำคัญในชีวิตที่มีความรักและความหวังดีกับลูกเสมอ ทำให้การสื่อสารที่ต้องการบอกกับผู้ที่สูบบุหรี่ว่าพ่อแม่เป็นห่วงจึงไม่อยากให้ลูกสูบบุหรี่นั้นน่าเชื่อถือ และสร้างผลกระทบต่อความรู้สึกให้กับกลุ่มตัวอย่างได้มากกว่า

“คือถ้าเอาพ่อแม่มาพูด มันจะทำให้เราเชื่อมากกว่าเพราะว่า พ่อแม่ทุกคนก็ต้องรักแล้วก็เป็นห่วงลูก มันเป็นความจริง”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554)

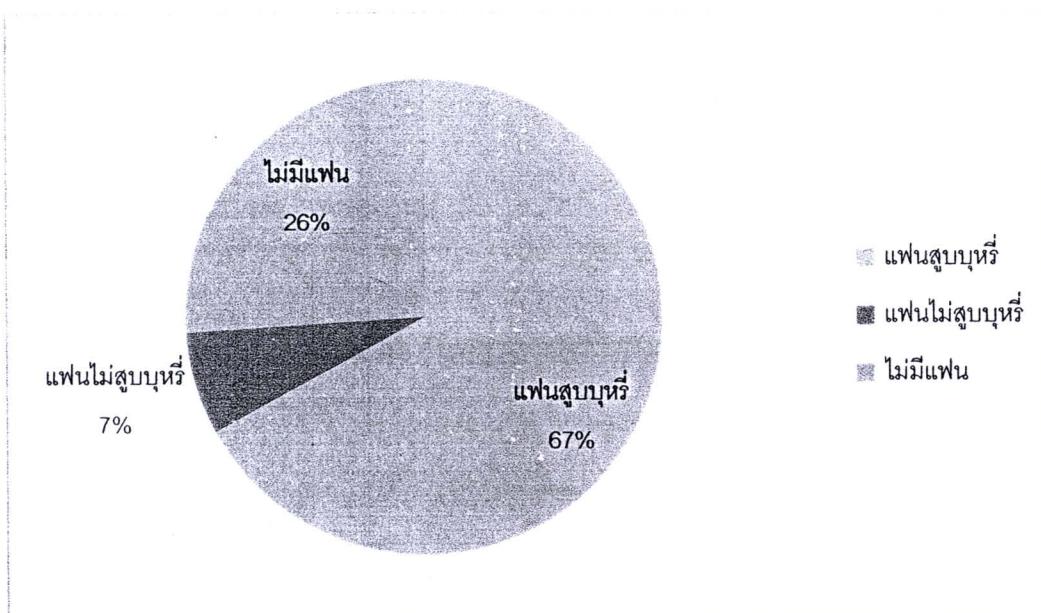
“เคยเห็นในโฆษณาเหมือนกันนะที่เอาพ่อแม่แฟนมาบอกให้ผู้หญิงเลิกสูบบุหรี่ คือถ้าในชีวิตพ่อแม่มาบอกอย่างนี้กับเรา เราก็คงต้องพยายามเลิกให้ได้ ไม่อยากทำให้เขาเสียใจ ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

นอกจากพ่อแม่แล้ว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อผู้หญิงที่สูบบุหรี่รองลงมาคือ แฟนหรือคนรัก ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของแฟนหรือคนรักมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง

โดยผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างกับประเด็นเรื่องพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของแฟน ผลปรากฏดังนี้

แผนภาพที่ 4.31 แผนภาพแสดงการสูบบุหรี่ของแฟนของกลุ่มตัวอย่าง



ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน มีแฟนแล้วจำนวน 22 คน และยังไม่ มีแฟนจำนวน 8 คน จากการศึกษาประเด็นกลุ่มตัวอย่างกับการสูบบุหรี่ของแฟนพบว่า ในกลุ่มตัวอย่างที่มีแฟนนั้น กลุ่มตัวอย่างที่แฟนสูบบุหรี่มีจำนวน 20 คนเป็นหญิงสูบบุหรี่ 13 คนและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 7 คนกลุ่มนี้คิดเป็นร้อยละ 67 รองลงมาคือกลุ่มตัวอย่างที่แฟนไม่สูบบุหรี่มีจำนวน 2 คน เป็นหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาสทั้งสองคนคิดเป็นร้อยละ 7 และกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีแฟนจำนวน 8 คนเป็นหญิงสูบบุหรี่ 2 คนและหญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส 6 คนคิดเป็นร้อยละ 26

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีแฟนสูบบุหรี่กล่าวว่า การที่แฟนสูบบุหรี่ทำให้ตนเองรู้สึกกล้าสูบบุหรี่ต่อหน้าคนอื่นรวมทั้งต่อหน้าเพศตรงข้ามมากขึ้น

“เราคิดว่าถ้าผู้ชายไม่สูบบุหรี่ แฟนเขาเป็นผู้หญิงก็คงไม่สูบบุหรี่ เพราะสำหรับเรานะ การที่แฟนเราสูบบุหรี่มันทำให้เรากล้าสูบบุหรี่ต่อหน้าคนอื่นและก็ต่อหน้าผู้ชายมากขึ้น เพราะว่าเวลาเราอยู่กับแฟนก็สูบบุหรี่ด้วยกันตลอด เหมือนว่ารู้ๆเห็นๆกันอยู่แล้ว”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องอิทธิพลของแฟนกับการเลิกสูบบุหรี่ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแฟนสูบบุหรี่กล่าวว่ามีความละอายใจในบางครั้งที่อยู่กับแฟนแล้วเห็นการรณรงค์ โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า ถ้าแฟนเลิกสูบบุหรี่จะส่งผลให้ตนเองอยากเลิกด้วย

“พี่คิดว่าถ้าแฟนพี่ไม่สูบบุหรี่ พี่ก็คงจะเลิกเหมือนกัน เพราะว่าจริงๆที่เริ่มสูบบุหรี่นี้ก็เพราะเห็นเขาสูบเลยนะ พี่บอกให้แฟนเลิกแต่เขาไม่ยอมก็เลยสูบประจบแฟนจนตอนนี้ติดเองเลย”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

“เราเคยนั่งดูทีวีกับแฟนแล้วมันก็มีโฆษณาการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่ ขนาดแฟนเราก็สูบบุหรี่นะ เรายังรู้สึกอายๆเลยอะว่าเป็นผู้หญิงแล้วสูบบุหรี่ ถ้าแฟนไม่สูบบุหรี่ก็คงอยากเลิกเหมือนกัน”

(หญิงสูบบุหรี่, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ในเรื่องอิทธิพลของแฟนกับการเลิกสูบบุหรี่ ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนเคยเลิกบุหรี่เนื่องจากแฟนขอร้องให้เลิก

“เคยเลิกไปช่วงหนึ่งค่ะเพราะว่าแฟนขอร้องให้เราเลิก ก็พยายามเลิกได้ช่วงหนึ่งแต่สุดท้ายก็กลับมาสูบใหม่อีก”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

“แฟนเก่าเคยขอให้เราเลิก เขาไม่อยากจะให้เราสูบบุหรี่เราก็เลิกเพื่อเขาอะ ตอนนั้นเลิกไปประมาณเดือนหนึ่งได้ แต่พอเลิกกันเราก็กลับมาสูบใหม่”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

#### อิทธิพลของบุคคลใกล้เคียงต่อหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มบุคคลที่ไม่มีอิทธิพลต่อกลุ่มตัวอย่างในการเลิกบุหรี่เลย คือบุคคลใกล้เคียง อันได้แก่ ดารา นักร้อง (ดังแผนภูมิที่ 3.2.1 )

โดยผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่าการสื่อสารโดยใช้ดารานักร้องไม่สามารถสร้างผลกระทบต่อความรู้สึกให้อยากเลิกสูบบุหรี่เลยหรือส่งผลกระทบต่อคนน้อยมาก โดยผลจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่าถึงแม้ว่าจะใช้ดาราที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมาเป็นสื่อบุคคลในการรณรงค์ แต่ก็ไม่สามารถสร้างแรงจูงใจให้กลุ่มตัวอย่างอยากเลิกบุหรี่ได้

“เราไม่ได้เป็นคนที่ย้ำดาราเลยคิดว่าไม่ได้ผลสำหรับเรา ไม่ได้รู้สึกอะไรเลย”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

“ที่เอาดารามารณรงค์คิดว่าไม่เวิร์กนะ เพราะเราไม่ได้เป็นพวกสนใจดารารู้อะไร ถึงแม้ว่าเราจะมีดาราที่ชอบแต่เขาก็ไม่ได้เป็นสิ่งสำคัญในชีวิตเรา ให้มาพูดเราก็ไม่เชื่อหรอกค่ะ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 31 มกราคม 2554)

จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่า การใช้ศิลปินดารามาเป็นผู้สื่อสารในการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สามารถสร้างความสนใจให้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง แต่อาจได้ผลกับคนแค่บางกลุ่ม

“คือถ้าจะให้คนสนใจใช้ดาราก็ถูกแล้ว แต่ถ้าถ้าคิดว่าจะมาทำให้เราเปลี่ยนพฤติกรรมนี้ ยากเลย มันไม่ใช่ละ”

(หญิงสุบจิต, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

“ถ้าคนที่บ้านดาราก็คงได้ผลมั้งไม่รู้เหมือนกัน แต่เป็นเราก็ไม่ได้รู้สึกอะไรอะ เหยๆเลย”

(หญิงสุบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2554)

ผลจากการวิจัยพบว่า สาเหตุหนึ่งที่ทำให้การใช้ดารานักกร้องเป็นสื่อบุคคลในการรณรงค์ไม่สามารถสร้างผลกระทบต่อให้กลุ่มตัวอย่างอยากเลิกบุหรี่ได้ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมักจะมีกลุ่มศิลปินดารานักกร้อง ต่างก็สูบบุหรี่เหมือนกัน โดยเฉพาะในสถานที่ที่ยกกลางคืน เมื่อเห็นการรณรงค์ที่ใช้ศิลปิน ดารา นักกร้อง มารณรงค์ไม่ให้สูบบุหรี่จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าการรณรงค์ดูไม่น่าเชื่อถือ

“ไม่ได้ผลเพราะว่าดาราก็ไม่ได้ทำตัวดีเสมอไป”

(หญิงสุบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2554)

“สำหรับเราดารานักกร้องไม่มีอิทธิพลเลยนะ คือด้วยเป็นคนที่เกี่ยวข้อง ก็เห็นดารานักกร้องเหมือนกัน”

(หญิงสุบจิต, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

## 2.แนวทางการใช้เนื้อหา ( Message )

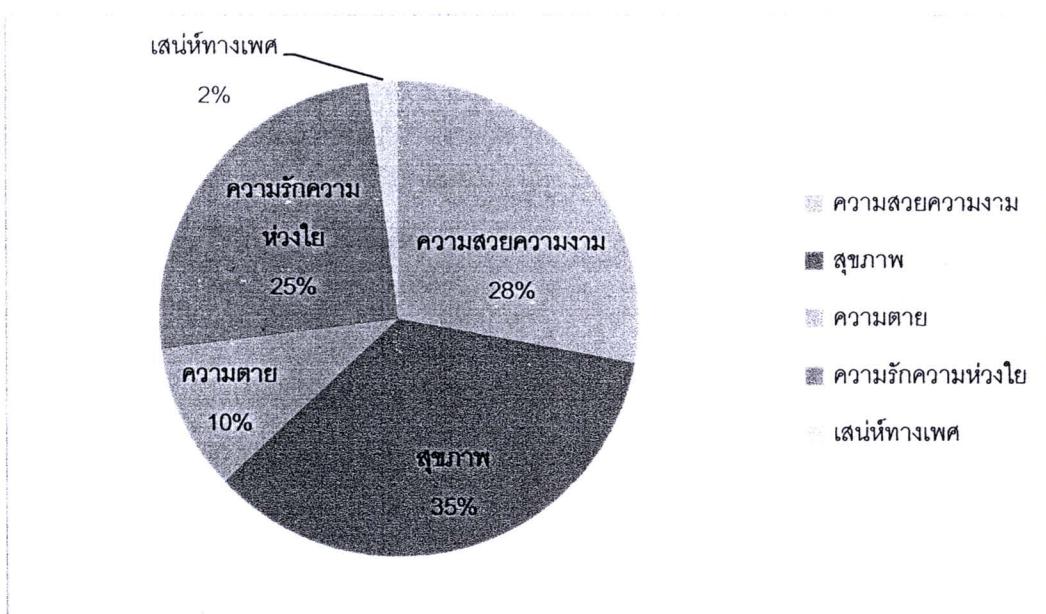
ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องประเภทเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ เพื่อศึกษาประเภทของเนื้อหาที่พึงประสงค์สำหรับกลุ่มตัวอย่างกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ผลปรากฏดังนี้

### ประเภทของเนื้อหาเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

ผลการวิเคราะห์เอกสารของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่พบว่า ในปี 2552-2553 เนื้อหา (Message) ที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ สามารถจำแนกได้ ดังนี้คือ ความสวยงาม สุขภาพ ความตาย ความรักความห่วงใย และเสน่ห์ทางเพศ (ดังแผนภาพที่ 4.32)

โดยผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นประเภทเนื้อหาที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ ผลปรากฏดังนี้

แผนภาพที่ 4.32 แผนภาพแสดงประเภทเนื้อหาที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง



จากการศึกษาประเภทเนื้อหาที่พึงประสงค์ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ ไม่สูบบุหรี่ในความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประเภทเนื้อหาที่พบมากที่สุดคือ สุขภาพ จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ ความสวยความงาม จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมาคือ ความรักความห่วงใย จำนวน 15 คน ถูกพบเป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือ ความตาย จำนวน 6 คน ถูกพบเป็นอันดับสี่ คิดเป็นร้อยละ 10 รองลงมาคือ เสน่ห์ทางเพศ จำนวน 1 คนถูกพบเป็นอันดับสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

### ประเด็นสุขภาพกับหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากที่สุด และสิ่งที่น่าสนใจคือทุกคนต่างรู้ถึงผลกระทบของการสูบบุหรี่ที่มีต่อสุขภาพร่างกายแต่ก็ยังคงสูบบุหรี่

“ห่วงเรื่องสุขภาพมากที่สุด เพราะว่าถ้าสูบบุหรี่แล้วมันจะส่งผลกระทบต่อสุขภาพเราอย่างแรกเลย”  
(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2551)

“กระแสสุขภาพกำลังมา เดี่ยวนี้ผู้หญิงรักสุขภาพกันมากขึ้น”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างก็ยังคงมีความกลัวผลกระทบจากการสูบบุหรี่ และพยายามป้องกันผลกระทบเหล่านั้นด้วยการใช้วิธีอื่นในการดูแลสุขภาพของตนเอง ได้แก่ การออกกำลังกาย การรับประทานวิตามิน และอาหารที่มีประโยชน์ เพื่อเป็นการทดแทนสุขภาพที่ต้องเสียไปจากการสูบบุหรี่

“ถึงจะเห็นว่าเราสูบบุหรี่ แต่เราเป็นคนดูแลตัวเองมาก ทุกวันนี้เรากินวิตามิน กินอาหารเสริม ออกกำลังกาย เราเชื่อว่าบุหรี่ทำอะไรเราไม่ได้”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“เราหวังสุขภาพตัวเองมากนะ ทุกอย่างเพื่อสุขภาพหมดแต่ขบุนหรีแค่เรื่องเดียว ทุกวันนี้ กินเจ กินผัก ออกกำลังกาย เราว่าย่น้ำอาทิตย์ละ 5 ครั้งอยากให้อบต้งแข็งแรง ”

(หญิงสุบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

จากข้อความข้างต้น แสดงให้เห็นว่าประเด็นเรื่องสุขภาพยังคงเป็นประเด็นที่สามารถนำมาใช้ได้กับกลุ่มเป้าหมาย เพียงแต่ผู้รณรงค์จะต้องใช้วิธีการสื่อสารหรือรูปแบบที่แตกต่างออกไปเดิม เนื่องจากการรณรงค์เรื่องการขบุนหรีนั้นเป็นเรื่องที่มีมานานและมีการทำสื่อต่างๆ ออกมาค่อนข้างมาก ประเด็นเรื่องความสุขและสุขภาพก็เป็นประเด็นที่ใช้ในการรณรงค์เรื่องขบุนหรีมาโดยตลอด โดยเฉพาะการรณรงค์ที่เน้นย้ำในการบอกถึงโทษของขบุนหรี ผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าการรณรงค์เกี่ยวกับขบุนหรีมานานจนเป็นเรื่องธรรมดา และการรณรงค์ก็มีลักษณะเดิมๆจนชินตา ทำให้ไม่ค่อยมีผลกระทบต่อทัศนคติหรือพฤติกรรมในการขบุนหรีมากเท่าที่ควร

“เห็นแล้วก็เฉยๆอะคะคือจริงๆในเมืองไทยการรณรงค์แบบนี้ก็เห็นทำมาทุกอย่างแล้วนะ”

(หญิงสุบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

“รู้สึกว่าการรณรงค์มันมีเยอะมากแล้วก็เขาก็พูดอะไรซ้ำๆเดิมๆ มันไม่ได้มีมุมมองอะไรใหม่ๆ คงเยอะจนไม่มีอะไรจะพูดแล้ว ก็เลยไม่ได้รู้สึกว่ามันสามารถเปลี่ยนใจให้เราอยากเลิกได้ สมมติว่าตั้งแต่เกิดมาไม่เคยเห็นการรณรงค์มาก่อนแล้วอยู่ดีๆมาเห็นก็คงจะสะอึก แต่นี่เจอมาทุกมุมทุกรูปแบบแล้ว”

(หญิงสุบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

การรณรงค์จึงควรประกอบด้วยความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมุมมองใหม่หรือแรงบันดาลใจใหม่ๆให้กับผู้หญิงที่ขบุนหรี โดยจากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างต่างก็เสนอแนะแนวทางที่แตกต่างกันไป ดังนี้

“น่าจะสื่อออกมาว่าคนที่สูบบุหรี่มันมีเยอะแล้วและการที่เราไม่สูบบุหรี่มันดูแก่กว่า เหมือนว่าทำตัวเป็นคนส่วนน้อยดูดีกว่าการเป็นคนส่วนมากที่สูบบุหรี่ ให้มันกลับกันไปเลย”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

“เท่าที่ผ่านมาเห็นแต่บอกผลเสียที่ได้จากการสูบบุหรี่ แต่ผลดีที่ได้จากการสูบยังไม่เคยมี คนทำให้เราดูแล้วรู้สึกว่ามันเจ๋งๆเลย”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า จะรู้สึกเฉยๆกับการรณรงค์ที่สื่อสารแค่เพียงโทษของบุหรี่ แต่ถ้าสื่อสารให้เห็นว่าหากสูบบุหรี่แล้วป่วยเป็นโรคแล้วจะเกิดผลอะไรต่อจากนั้นจะทำให้รู้สึกอยากเลิกสูบบุหรี่มากกว่า เช่น การสื่อสารให้เห็นว่าสภาพที่ต้องนอนป่วยในโรงพยาบาลแล้วส่งผลกระทบต่อบุคคลที่รักหรือบุคคลใกล้ชิดอย่างไรบ้าง เป็นต้น

“ไม่ใช่แค่ออกมาพูดว่าบุหรี่มันไม่ดียังไง มันอาจจะเห็นจนเบื่อแล้ว เห็นแล้วก็จะเฉยๆ แต่ต้องให้เห็นว่าถ้าป่วยแล้วจะเกิดอะไรขึ้นบ้าง สภาพจะเป็นอย่างไร ต้องเข้าโรงพยาบาล ต้องให้คนที่บ้านมาดูแลเรา ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

“ลองเอาภาพของคนสูบบุหรี่แล้วป่วยเป็นมะเร็งจริงๆแล้วพ่อแม่ต้องมาเฝ้าที่โรงพยาบาลอะไรแบบนี้สิ มันน่าจะทำให้คนรู้สึกมากกว่าอีก ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

### ประเด็นความสวดยความงามกับหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ประเด็นความสวดยความงามเป็นเรื่องที่กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญปรากฏมากเป็นอันดับที่สองรองจากเรื่องสุขภาพ โดยผลการสัมภาษณ์เรื่องความสวดย

ความงามกับการสูบบุหรี่ที่ผู้วิจัยพบว่าเหมือนกับประเด็นเรื่องสุขภาพ คือทุกคนต่างรู้ถึงผลกระทบของการสูบบุหรี่ที่มีต่อความสวยงามหรือรูปลักษณ์ภายนอกแต่ก็ยังคงสูบ

“เรื่องความสวยความงาม ทุกคนก็รู้อยู่แล้วว่าบุหรี่ยมันส่งผลเสียอย่างไรบ้าง แต่มันไม่มีใครมากระตุกให้เราคิด”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2554)

“คือบุหรี่ยี่ยี่ สูบเยอะๆมันจะทำให้หน้าเราแก่เร็วว่ะ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“จริงๆคือมันไม่ดีหรอก สูบแล้วทำหน้าเราเหี่ยวว่ะ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 30 มกราคม 2554)

ผลจากการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างยังคงสูบบุหรี่ทั้งที่รู้ถึงผลของการสูบบุหรี่ที่มีต่อความสวยความงาม เนื่องจากการสูบบุหรี่ไม่ได้ทำให้เกิดผลกระทบที่เห็นได้ในทันทีนั่นเอง

“ที่คนยังสูบกก็เพราะมันเป็นอะไรที่ผ่อนส่ง มันทำให้เราสวยน้อยลงแบบผ่อนส่ง เป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลา”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า จากการที่กลุ่มตัวอย่างพบเห็นตัวอย่างของผู้หญิงที่สูบบุหรี่แต่ยังคงสวยอยู่ ทำให้กลุ่มตัวอย่างยังไม่ได้รู้สึกว่าจะต้องเลิกบุหรี่ยเพื่อรักษาบุคลิกและสุขภาพของตนเองในตอนนี้อยู่

“เห็นผู้หญิงที่สูบบุหรี่จัดๆเยอะๆแต่ยังสวยก็มีนะ มันก็ไม่เสมอไป”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2554)

“มีรุ่นพี่ที่เรารู้จัก เขาสูบหนักมากเป็นกิวัตริเลยแต่เขาก็ยังดูสวยดูสุขภาพดี มันทำให้เรา รู้สึกว่ายิ่งสูบเราก็ต้องยิ่งดูแลตัวเอง”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

### ประเด็นความรักความห่วงใยกับหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ประเด็นความรักความห่วงใยยังเป็นประเด็นที่พึงประสงค์ ในการประชาสัมพันธ์รณรงค์กับกลุ่มตัวอย่าง โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ประเด็นนี้ปรากฏมาก เป็นอันดับที่สาม รองจากสุขภาพ และความสวยความงาม ตามลำดับ

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างรู้สึกดีกับการมีคนมาบอก ให้เลิกบุหรี่ ด้วยสาเหตุเพราะว่าความรักความห่วงใย มากกว่าการให้เหตุผลว่าบุหรี่มันไม่ดีอย่างไร

“ถ้าบอกให้เราเลิกเพราะว่าเป็นห่วงเราก็โอเคนะรู้สึกดี แต่ไม่ต้องบอกหรือว่าบุหรี่มันไม่ดี ยังไงเพราะว่าทุกคนรู้ดีอยู่แล้ว”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“ผู้หญิงเป็นเพศที่อารมณ์อ่อนไหวอยู่แล้วละ เพราะงั้นใช้เรื่องความรักก็น่าจะทำให้ ผู้หญิงอินได้นะ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554)

“เราเคยดูโฆษณาตัวหนึ่งที่รณรงค์เรื่องนี้ ดูแล้วจะร้องไห้เลยอะ มันซึ่งมาก ดูแล้วทำให้ เรานึกถึงชีวิตตัวเอง”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างกล่าวว่าต้องการให้คนเข้าใจและเป็น กำลังใจให้ในการเลิกบุหรี่

“บางทีก็อยากให้ความเข้าใจผู้หญิงที่สูบบุหรี่นะ บางคนเขาก็อยากเลิกสูบบุหรี่แต่ว่ามันอาจ  
เลิกไม่ได้ก็น่าจะให้กำลังใจเขามากกว่า”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2554)

“เรายกย่องมากนะคนที่สูบบุหรี่แล้ววันหนึ่งเขาเลิกได้อะ เพราะว่าเรารู้ว่าคนที่จะเลิก  
ได้มันต้องมีแรงจูงใจหรือว่ากำลังใจเยอะมาก ๆ จริง ๆ”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

### ประเด็นความตายกับหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า ประเด็นความตายเป็นประเด็นที่มีอิทธิพลน้อยในการ  
นำมาใช้ประชาสัมพันธ์รณรงค์กับกลุ่มตัวอย่าง

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมองเรื่องของความตายว่าเป็นเรื่องที่ไกล  
ตัว ดังนั้นจึงมีความรู้สึกว่าการรณรงค์ให้เลิกสูบบุหรี่โดยใช้เรื่องความตายเป็นประเด็นในการ  
โน้มน้าวใจนั้นได้ผลค่อนข้างน้อยกับตนเอง

“ความตายมันมาทุกเมื่ออยู่แล้ว ไม่ต้องสูบกก็ตายได้ เลยไม่ได้คิดถึงตรงนั้นเลย”

(หญิงสูบบุหรี่จัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

“บุหรี่ยังมันไม่ได้ดูดสูบแล้วตายปีบั้นะ มันต้องกินระยะเวลาไปนาน ๆ หลาย ๆ ปีเลยละ แล้ว  
คือทุกคนก็ต้องตายอยู่แล้วเลี่ยงไม่ได้ ถ้ามว่าการดูดบุหรี่มันเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ตายใช่ใหมก็คือ  
ใช่แต่น้อยมาก บุหรี่มันยังอยู่ห่างไกลคำว่าตายมาก ใครจะไปรู้ยู่ดี ๆ วันหนึ่งเดินออกไปรถชนตาย  
ก็ได้”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

อย่างไรก็ตาม ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นเรื่องความตายจะมีผลกระทบ  
ให้กลุ่มตัวอย่างอยากเลิกสูบบุหรี่ก็ต่อเมื่อ ในชีวิตจริงมีบุคคลที่ใกล้ชิดเสียชีวิตด้วยโรคที่เกิดจาก  
การสูบบุหรี่

“คนสูบบุหรี่ก็เหมือนพวกไม่เห็นโลงศพไม่หลั่งน้ำตานันแหละ ตอนนี่ไม่รู้รู้สึกอยากเลิก  
หรือก ถ้าลองวันหนึ่งมีคนที่เรารักตายเพราะบุหรี่ก็คงเลิกได้”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“พ่อสูบแค่แต่ตอนนี้ท่านเสียไปแล้ว แต่ไม่ได้เสียเพราะว่าบุหรืระคะ ถ้าเพราะบุหรืเรา  
ก็คงเลิกแล้วละ คงทำใจสูบไม่ได้เหมือนกัน”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า การสื่อสารโทษของบุหรืที่ค่อนข้างรุนแรง เช่น ภาพเท้าเน่าบน  
ของบุหรื กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกที่ภาพดังกล่าวเป็นสิ่งที่เกินความจริงเช่นเดียวกับความตาย  
และไม่เชื่อว่าการสูบบุหรืจะทำให้เท้าเน่าได้ การสื่อสารที่เกินความเป็นจริงนอกจากจะไม่ได้ผล  
แล้วยังกลับทำให้กลุ่มตัวอย่างเกิดความรู้สึกต่อต้าน

“เรารู้สึกว่ารูปน่าเกลียดๆที่อยู่บนของบุหรืมันโอเวอร์ไป มันไม่ได้ทำให้เรากลัวเพราะว่า  
มันเกินความจริง การที่จะทำให้คนเชื่อได้มันจะต้อง *Based on true story* ต้องเป็นเรื่องจริงแต่  
ภาพบนของบุหรืมันไม่ใช่ อย่างสูบบุหรืแล้วเท้าเน่าเนี่ย จริงๆเท้าเน่าเพราะว่าอย่างอื่นก็ได้เนะ ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554)

จากข้อความข้างต้น แสดงให้เห็นถึงข้อควรระวังในเรื่องของการใช้สารให้มีความ  
น่าเชื่อถือ และสามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเชื่อในสิ่งที่ต้องการสื่อสารได้ จากการสัมภาษณ์แบบ  
เจาะลึก ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะเชื่อในสิ่งที่มันเป็นความจริง หรือเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริง  
มากกว่าสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมา จะทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าสารนั้นน่าเชื่อถือและส่งผลกระทบต่อ  
อยากเลิกบุหรืมากกว่าการนำเสนอเรื่องราวที่สร้างหรือแต่ง

“ถ้าจะทำอะไรสักอย่างให้ผู้หญิงเลิกสูบบุหรี่ อยากจะเขียนหนังสือที่บอกเล่าเรื่องราวจริงๆ หรือว่าประสบการณ์แย่ๆเกี่ยวกับบุหรี่ที่เราเคยประสบมาจริงๆ มันน่าจะเป็นแรงกระตุ้นให้คนมีสูบบุหรี่คิดได้มากกว่าการทำสื่อที่ทำออกมาให้เห็นแค่แวบๆ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

### ประเด็นเส้นทางเพศกับหญิงสูบบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์พบว่า ประเด็นเส้นทางเพศ (Sex appeal) เป็นประเด็นที่มีอิทธิพลน้อยในการนำมาใช้ประชาสัมพันธ์รณรงค์กับกลุ่มตัวอย่าง โดยจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่าปรากฏเป็นอันดับน้อยที่สุด

ผลการสัมภาษณ์ประเด็นเส้นทางเพศ (Sex appeal) กับกลุ่มตัวอย่างพบว่า กลุ่มตัวอย่างบางคนเคยได้เห็นการรณรงค์เกี่ยวกับผู้หญิงและการสูบบุหรี่ที่ผ่านมา ซึ่งมีการรณรงค์ที่เน้นการสื่อสารให้ผู้หญิงเห็นว่าการสูบบุหรี่ทำให้เสียภาพลักษณ์ในสายตาของเพศตรงข้าม

โดยผลการวิจัยพบว่า การใช้ประเด็นเรื่องนี้ในการรณรงค์ นอกจากจะส่งอิทธิพลน้อยต่อกลุ่มตัวอย่างส่วนมากแล้ว ยังก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้านการรณรงค์ดังกล่าวในกลุ่มตัวอย่างบางคนอีกด้วย เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างมีความรู้สึกว่าการใช้เรื่องเส้นทางเพศในการโน้มน้าวใจให้ผู้หญิงไม่สูบบุหรี่เป็นการตัดสินผู้หญิงแต่เพียงภายนอก เพราะการที่ผู้หญิงสูบบุหรี่ไม่ได้เป็นตัวบ่งชี้ว่าผู้หญิงคนนั้นเป็นผู้หญิงที่ไม่ดี และผู้หญิงไม่จำเป็นต้องทำในสิ่งที่เพศตรงข้ามชอบเสมอไป

“บุหรี่เป็นสิ่งไม่ดีก็จริง แต่ตัวเองมองว่าเป็นเรื่องส่วนตัวของแต่ละคนนะ แล้วเราก็ไม่สามารถจะไปตัดสินว่าคนนี้เป็นคนดีหรือไม่ดีจากการที่เขาสูบบุหรี่หรือไม่สูบบุหรี่ ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 29 มกราคม 2554)

“วิธีที่เอาผู้ชายมากดดันให้ผู้หญิงเลิกบุหรี่เราว่ามันไม่เวิร์ค การที่เอาผู้ชายมาบอกว่าผมไม่ชอบที่ผู้หญิงสูบบุหรี่ คุณดูไม่สวยถ้าสูบบุหรี่ คือการเอาผู้ชายมาล่อมันใช้ไม่ได้ผลกับเรา

เพราะเราไม่ชอบการให้คนมาบอกให้เราทำแบบนี้แบบนั้นเพียงเพราะว่าผู้ชายชอบ แล้วก็จะรู้สึกต่อต้านด้วย ”  
(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

ผลจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นถึงข้อควรระวังในการสื่อสารในประเด็นที่มีความอ่อนไหว อย่างเช่นประเด็นเรื่องเพศ เนื่องจากในปัจจุบันผู้หญิงเริ่มมีความมั่นใจและมีความเป็นผู้ นำมากขึ้น จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมองว่าเรื่องการสูบบุหรี่เป็นเรื่องสิทธิมนุษยชน โดยกล่าวว่าผู้ชายและผู้หญิงต่างมีความเท่าเทียมกัน

“ถ้าเล่นเรื่องเพศมากไป เรื่องมาแบ่งผู้ชายผู้หญิง ผู้หญิงเดี๋ยวนี้ที่เขามั่นใจเขาก็จะไม่ยอมนะ ทำไมผู้ชายทำได้ผู้หญิงทำไม่ได้ ยิ่งไม่ชอบเลยถ้าจะมาบอกว่าเป็นผู้หญิงทำไมสูบบุหรี่มันไม่ดีอย่างนั้นอย่างนี้”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

“ทุกคนมีสิทธิสูบบุหรี่เท่ากันหมด บุหรี่ก็คือบุหรี่ คือสิ่งที่ไม่ดี ทุกคนก็ไม่ควรสูบเท่ากันไม่เคยคิดว่าเป็นผู้หญิงเลยไม่ควรสูบบุหรี่”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2554)

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังกล่าวว่าจำนวนผู้ชายที่สูบบุหรี่นั้นจริงๆแล้วมากกว่าจำนวนผู้หญิงที่สูบบุหรี่ด้วยซ้ำ ทำไมจึงต้องมารณรงค์เฉพาะกับผู้หญิง และเสนอแนะว่าหากจะรณรงค์ควรรณรงค์ให้เลิกทั้งผู้ชายและผู้หญิง

“มารณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่จริงๆผู้ชายสูบเยอะกว่าผู้หญิงอีก เคยคิดเหมือนกันว่าถ้าจะรณรงค์ทำไมไม่รณรงค์เป็นแพ็คคู่ไปเลยละ ทำไมไม่รณรงค์ให้เลิกทั้งคู่ทั้งผู้หญิงผู้ชายเลย”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 12 กุมภาพันธ์ 2554 )

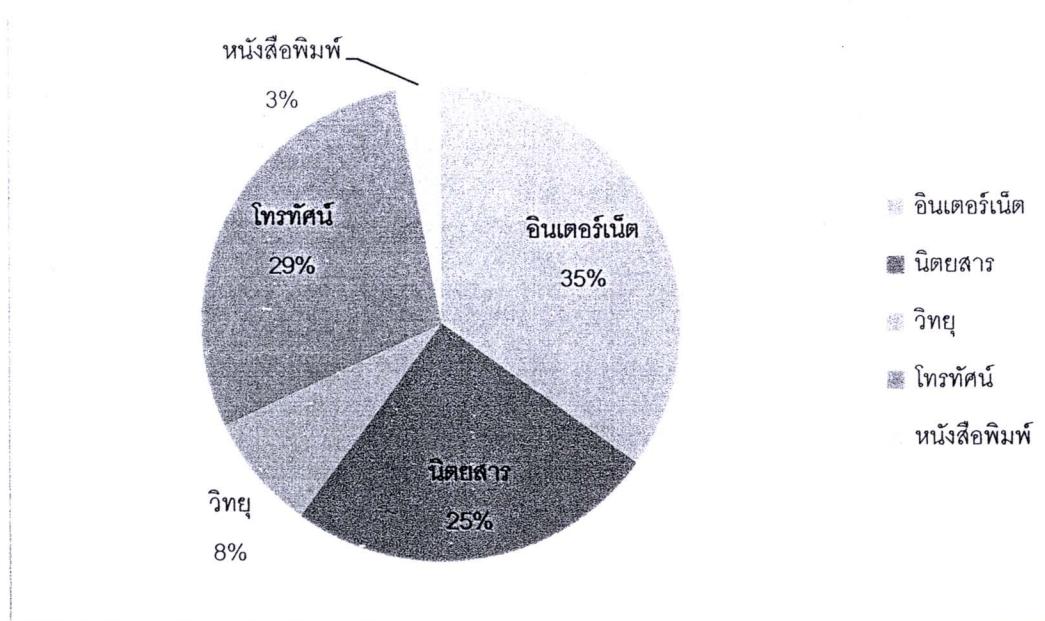
### 3.แนวทางการใช้เครื่องมือสื่อสาร

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในเรื่องของการใช้สื่อกับการประชาสัมพันธ์โครงการ ผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง และวิธีการสื่อสารที่พึงประสงค์สำหรับกลุ่มตัวอย่าง ผลปรากฏดังนี้

#### พฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับการรับรู้โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เพื่อศึกษาลักษณะเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ ผลปรากฏดังนี้

แผนภาพที่ 4.33 แผนภาพแสดงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่าง



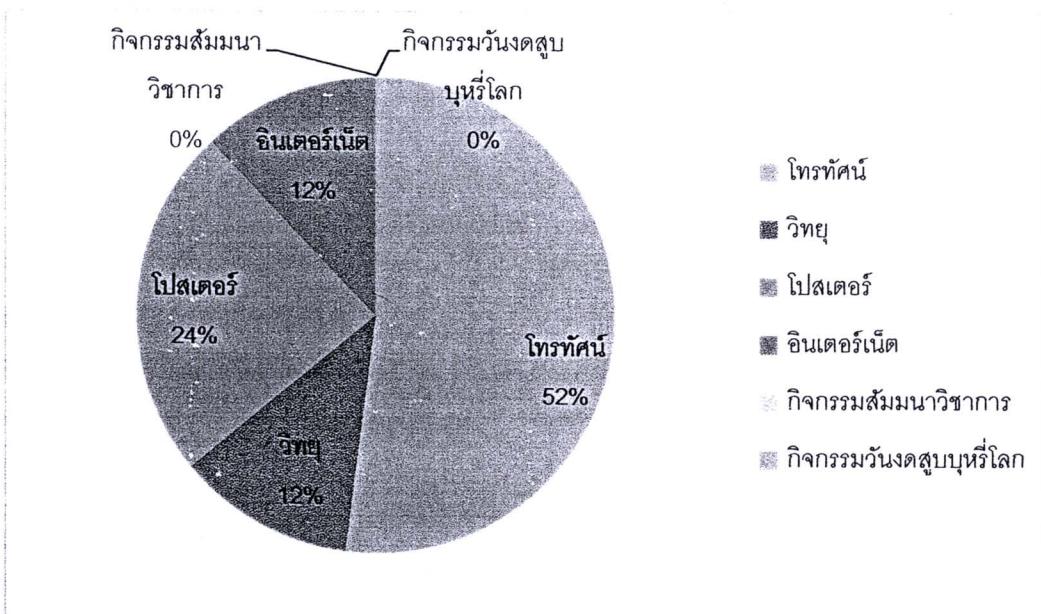
จากการศึกษาประเภทเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้พบว่า เครื่องมือสื่อสารที่ถูกรับมากที่สุด คือ อินเทอร์เน็ต จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมาคือ โทรทัศน์ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือ นิตยสาร จำนวน 18 คน ถูกรับเป็นอันดับที่สาม

คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมาคือ วิทยุ จำนวน 6 คน ถูกพบเป็นอันดับที่ห้า คิดเป็นร้อยละ 8 รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ จำนวน 2 คน พบเป็นอันดับสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ

โดยผลการวิเคราะห์เอกสารโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ พบว่า ในปี 2552-2553 เครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ สามารถจำแนกได้ ดังนี้คือ กิจกรรมสัมมนาวิชาการ กิจกรรมวันงดสูบบุหรี่โลก หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต ไปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ และเสื้อยืด

โดยผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างในประเด็นการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จากเครื่องมือสื่อสารของโครงการฯ ผลปรากฏดังนี้

แผนภาพที่ 4.34 แผนภาพแสดงเครื่องมือสื่อสารที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้การประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่



จากการศึกษาพบว่า เครื่องมือสื่อสารของโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ในปี 2552-2553 ที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการมากที่สุด คือ โทรทัศน์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ ไปสเตอร์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมา คือ วิทยุ และอินเทอร์เน็ตที่มีผลออกจำนวน 5 คนเท่ากันถูกพบเป็นอันดับสุดท้าย คิดเป็นร้อยละ 12 โดยเครื่องมือสื่อสารที่ไม่ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ของโครงการเลย คือ หนังสือพิมพ์ กิจกรรมสัมมนาวิชาการ กิจกรรมวันงดสูบบุหรี่โลก สติกเกอร์ แผ่นพับ และเสื่อยืด

ผลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าช่องทางการสื่อสารที่ทำให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้เกี่ยวกับการรณรงค์เรื่องผู้หญิงกับการสูบบุหรี่มากที่สุดคือโทรทัศน์

“ จำได้ว่าเคยเห็นโฆษณาทางโทรทัศน์ครั้งสองครั้ง ทางอื่นไม่เคยเห็นเลยคะ ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 2554)

โดยพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีการรับรู้จากสื่อโทรทัศน์ส่วนมากจะรับรู้เกี่ยวกับการรณรงค์จากทางโฆษณามากที่สุด

“ ถ้าในทีวีก็จะเห็นจากพวกโฆษณาอะคะ บ่อยสุด ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2554)

“ เคยเห็นที่เป็นโฆษณาอะคะ ที่แม่มาจัดของแล้วก็เจอบุหรี่ในห้องนอนลูกสาว ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

รองลงมาคือจากทางรายการโทรทัศน์ที่มีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่

“ เคยได้ยินชื่อโครงการจากรายการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จากทีวีช่องสามอะคะ รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ที่มาตอนเช้าๆ ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2554)

“ก็เคยเห็นตามโทรทัศน์นะคะ จากพวกรายการอ่านข่าวตอนเช้า”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ได้มีการรับรู้เกี่ยวกับโครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จากทางโทรทัศน์ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการดูเคเบิลทีวี หรือดูภาพยนตร์ชุดต่างประเทศมากกว่าการดูฟรีทีวีซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์โครงการ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าอาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการรณรงค์น้อยลง เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อที่เปลี่ยนไป โดยพบว่าพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้นกับการรับสื่อวิทยุด้วยเช่นกัน กล่าวคือ มีการเปิดฟังวิทยุบ่อยลง และชอบการฟังเพลงจากแผ่นซีดีมากกว่า

“ จะดูโทรทัศน์ก็คงเป็นช่วงหัวค่ำ เลิกเรียนแล้วอยู่บ้านก็จะนั่งดูโทรทัศน์ แต่หลังๆจะดูพวกซีรีส์เกาหลีมากกว่า”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2554 )

“โทรทัศน์ก็ดูแต่ไม่ค่อยได้ดูช่องฟรีทีวีเท่าไรนะคะ ส่วนมากดูเคเบิลทีวีเพราะว่าชอบดูหนังมากกว่า เลยอาจจะไม่ค่อยได้เห็นการรณรงค์เท่าไร”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 15 กุมภาพันธ์ 2554)

“วิทยุก็ฟังบ้างคะ ส่วนมากจะเปิดเฉพาะเวลาขับรถก็จะเปิดฟังบางที” (หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2554 )

“เดี๋ยวนี้ไม่ค่อยได้ฟังวิทยุเท่าไรอะคะ ชอบเปิดซีดีเพลงฟังมากกว่า” (หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2554 )

สำหรับเครื่องมือสื่อสารประเภทหนังสือพิมพ์ นิตยสาร ผลจากการวิจัย จากการสัมภาษณ์ไม่ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างเคยได้รับข่าวสารการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่จากสื่อดังกล่าวเลย

แต่ผลจากการวิจัยพบว่า นิตยสารอาจจะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการสื่อสารให้เข้าถึงกลุ่มผู้หญิง เนื่องจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ นิตยสารค่อนข้างมากโดยเฉพาะนิตยสารสำหรับผู้หญิงและนิตยสารแฟชั่น

“ นิตยสารจะอ่านพวกนิตยสารผู้หญิงทั่วไปอะคะ พวกคลีโอ เซเวนทีน ซีส ”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2554)

“นิตยสารอ่านได้หมดนะแต่จะชอบดูพวกแฟชั่นอย่าง นิตยสารแอลล์ บาร์ชัวร์ ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัย ผู้วิจัยพบว่า สื่อที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มากที่สุดคือ สื่ออินเทอร์เน็ต จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีพฤติกรรมการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตที่เหมือนกันคือ การติดต่อสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) อ่านข่าวและกระทู้ตามเว็บต่างๆ

ข้อมูลจากแผนภาพที่ 4.34 แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเข้าถึงสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด แต่ส่วนมากไม่เคยได้รับข่าวสารการรณรงค์เกี่ยวกับผู้หญิงและการสูบบุหรี่เลย

ดังนั้นช่องทางการสื่อสารออนไลน์จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่าสนใจในการรณรงค์กับกลุ่มเป้าหมาย แต่จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า สิ่งที่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตคือ ขอบเขตในการเล่นอินเทอร์เน็ตของกลุ่มเป้าหมาย โดยผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการเล่นอินเทอร์เน็ตที่มีขอบเขตจำกัด กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างจะเปิดดูแต่เว็บเดิมๆที่ตนเองสนใจหรือเว็บที่ตนเองเปิดเป็นประจำเท่านั้น

“การรณรงค์ในสื่ออินเทอร์เน็ตอาจจะมีแต่เราไม่เห็น เพราะว่าเราไม่ได้สนใจมากกว่า เพราะว่าเราก็จะดูแต่อะไรที่เราสนใจ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

“สื่อที่เข้าถึงเราได้จริงๆ ก็คืออินเทอร์เน็ตนะ แต่เราไม่เคยเห็นการรณรงค์ในสื่ออินเทอร์เน็ตเลยก็น่าจะเพราะเราเล่นในวงจำกัด คือจะเล่นแคในเครือข่ายออนไลน์ (Social Network) แล้วก็อ่านกระทู้ตามเว็บกระปุก เว็บพันทิป”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2554)

ผลจากการสัมภาษณ์จึงสะท้อนให้เห็นว่า ความเป็นไปได้ที่กลุ่มตัวอย่างจะเปิดไปเจอหน้าเว็บที่มีการประชาสัมพันธ์โครงการจึงมีน้อย ดังนั้นสิ่งที่นักประชาสัมพันธ์รณรงค์ต้องทำคือการป้อนข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มเป้าหมาย แต่สิ่งที่น่ากังวลในการประชาสัมพันธ์รณรงค์ผ่านสื่อออนไลน์ คือความพยายามในการยึดเย็ดข้อมูลข่าวสารให้กับกลุ่มเป้าหมายมากเกินไป เนื่องจากผู้วิจัยพบว่าเวลาที่ใช้อินเทอร์เน็ตกลุ่มตัวอย่างก็มักจะทำกิจกรรมออนไลน์ที่ตนเองมีความสนใจเท่านั้น เมื่อมีสิ่งอื่นที่มาแทรกหรือขัดจังหวะก็มักไม่ได้ให้ความสนใจ และการได้รับข่าวสารข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายไม่ได้สนใจบ่อยครั้งก็จะทำให้เกิดความรำคาญได้

“เวลาเล่นๆอยู่แล้วมีอะไรที่มันเป็น Pop-up ขึ้นมาจะไม่ค่อยได้สนใจอะแล้วก็ปิดๆไปมาบ่อยๆรำคาญด้วย”

(หญิงสูบจัด, สัมภาษณ์, วันที่ 19 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าจะรณรงค์ก็ต้องไม่ใช่จากเว็บไซต์องค์กร เพราะว่าถ้าเราไม่ได้สนใจก็จะได้เข้าไปเปิดดูอยู่แล้ว ”

(หญิงสูบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

### ลักษณะการสื่อสารแบบไวรัสกับการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่

ผลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยพบว่า การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในลักษณะของการบอกปากต่อปาก (Viral Communication) เป็นลักษณะการสื่อสารที่น่าสนใจอีกทางหนึ่ง

เนื่องจากผลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้วิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกสนใจกับข้อมูลข่าวสารที่กำลังอยู่ในกระแสหรือเป็นสิ่งที่คนส่วนมากกำลังพูดถึงและให้ความสนใจ ยกตัวอย่าง การเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) กลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกสนใจอยากดูคลิปที่มีการแบ่งปันบนเครือข่ายออนไลน์เยอะๆ เพราะรู้สึกว่าต้องการทันกับกระแสและมีความอยากรู้อยากเห็นว่าเป็นคลิปอะไร

“ต้องทำอะไรที่มันดึงดูดให้คนสนใจอยากดูเอง อย่างพวกคลิปที่เขาพูดกันว่าเฮ้ยอันนี้ต้องดูนะ มันทำออกมาเจ๋งมาก ”

(หญิงสุบจิต, สัมภาษณ์, วันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2554)

ในทางกลับกันคลิปที่เป็นการจูงใจส่งผลให้ผู้รับด้วยวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งนั้น กลับไม่ได้รับความสนใจและอาจก่อให้เกิดความรำคาญดังที่กล่าวไว้แล้วข้างต้น โดยกลุ่มตัวอย่างต่างก็เสนอแนะแนวทางที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

“ทำเป็นคลิปวีดิโอแล้วปล่อยให้ Viral ใน Youtube สิ มันดูน่าสนใจกว่าเป็นแอต ในโทรทัศน์อีก”

(หญิงสุบจิต, สัมภาษณ์, วันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2554)

“น่าจะทำแอตแล้วก็เผยแพร่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network) ทั้งหมด ทำให้มันเป็นแบบ Viral ให้คนทั่วไปปล่อยกันเอง กระจายกันเอง ให้เพื่อนส่งให้เพื่อนแล้วก็มีการส่งต่อไปเรื่อยๆ ไม่ใช่ให้องค์กรเป็นคนปล่อยมันจะดูยืดเยื้อมากเกินไป ”

(หญิงสุบตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2554)

“ถ้าให้แนะนำเราว่าตั้งกระทู้ขึ้นมาแล้วเหมือนเราเขียนเล่าเรื่องของคนที่เขา  
 ธรรมดาอย่างไรกับโรคนี้โรคนี้เพราะว่าสูบบุหรี่ แล้วส่งเป็น Forward mail หรือเป็นลักษณะของ  
 การให้คนช่วยกันแชร์ คือถ้าเราอ่านแล้วสะท้อนใจ มันน่าสนใจ แล้วเป็นอะไรที่เป็นประโยชน์เรา  
 ก็อยากเล่าต่อ ”

(หญิงสูบบุหรี่ตามโอกาส, สัมภาษณ์, วันที่ 31 มกราคม 2554)

ผลจากการวิเคราะห์กระบวนการสูบบุหรี่และแนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ของกลุ่ม  
 ผู้หญิงสูบบุหรี่สะท้อนให้เห็นทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ที่สูบบุหรี่ซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละ  
 ขั้นตอนของกระบวนการสูบบุหรี่ ดังนั้นในการรณรงค์ไม่ให้ผู้หญิงสูบบุหรี่นั้นจำเป็นต้องศึกษาและ  
 ทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารที่พึงประสงค์ในมิติของผู้ที่สูบบุหรี่อย่างลึกซึ้งและใช้แนวทางการ  
 สื่อสารเพื่อสกัดการสูบบุหรี่ในกลุ่มของผู้หญิงที่สูบบุหรี่ในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการสูบบุหรี่ซึ่ง  
 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ไว้ในบทต่อไปในส่วนของการอภิปรายผลการวิจัย