

การชี้แนะสาธารณะเพื่อผลักดันมาตรการห้ามตั้งแสดงบุหรี่ ณ จุดขายในประเทศไทย

ADVOCACY FOR BANNING THE DISPLAY OF CIGARETTES AT POINT OF SALE IN THAILAND

อาจารย์ ไชยรักษ์ 4737487 PHPH/M

วท.ม. (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาวิชาเอกสุขศึกษาและพุทธกรรมศาสตร์

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ลักษณ์ เติมศิริกุลสัช, ปร.ค, บรรดา เก่งการพานิช, พม., นนทฯ เก่งการพานิช, ปร.ค, รศ.ดร.สุชาดา ตั้งทางธรรม, ปร.ค

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษากระบวนการชี้แนะสาธารณะ (Advocacy) จากการขับเคลื่อนมาตรการห้ามตั้งแสดงบุหรี่ ณ จุดขายในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการทบทวนและวิเคราะห์เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documents Review and Analysis) การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informants) และการสานทนาคกลุ่ม (Focus Group)

ผลการศึกษาพบว่า การขับเคลื่อนมาตรการห้ามตั้งแสดงบุหรี่ ณ จุดขายในประเทศไทย เป็นไปตามแนวคิดการชี้แนะสาธารณะเพื่อผลักดันนโยบาย (Policy Advocacy) โดยมี 6 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ 1) การวิเคราะห์ (Analysis) มีการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทางวิชาการเรื่องการตั้งแสดงบุหรี่ ณ จุดขาย ทั้งร่องสถานการณ์การดำเนินการในต่างประเทศ ผลกระทบต่อเยาวชน และการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับมาตรการดังกล่าว 2) การวางแผนชี้แนะ (Planning) มีการจัดตั้งทีมงานเพื่อบริการหารือในการวางแผนชี้แนะสาธารณะ และการชี้แนะสาธารณะผ่านสื่อ (Media advocacy) โดยมีการกำหนดกรอบที่เป็นเนื้อหา (Frame the issue) รอบนั้นเพื่อการเข้าถึงสื่อ (Frame for access) 3) การระดมสรรพกำลัง (Mobilization) มีการระดมภาคีเครือข่ายภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาควิชาชีพ และภาคประชาสังคมเข้ามาร่วมขับเคลื่อนมาตรการในครั้งนี้ 4) ปฏิบัติการชี้แนะสาธารณะ (Action) มีเหตุการณ์สำคัญๆ เกิดขึ้นมากมายในช่วงของการดำเนินการชี้แนะสาธารณะ รวมทั้งการต่อต้านจากผู้เสียผลประโยชน์ แต่ฝ่ายชี้แนะก็สามารถตอบโต้ได้ทันท่วงที ที่นักการท่องเที่ยวสามารถสนับสนุนให้มาตรการได้ในที่สุด 5) การประเมินผล (Evaluation) พบว่า ยังเป็นจุดอ่อนของมาตรการในการชี้แนะสาธารณะในครั้งนี้ 6) ความต่อเนื่อง (Continuity) หลังจากการบังคับใช้มาตรการแล้ว ปรากฏว่า ยังมีร้านค้าปลีกที่ไม่ปฏิบัติตามกฎหมาย ทำให้ฝ่ายชี้แนะต้องเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องของมาตรการสำเร็จในที่สุด

ผลลัพธ์จากการชี้แนะสาธารณะสามารถทำให้ประเด็นการห้ามตั้งแสดงบุหรี่ ณ จุดขายเข้าสู่วาระทางสื่อ (Media agenda) และวาระทางการเมือง (Politic agenda) ได้ จนสามารถผลักดันมาตรการได้สำเร็จในที่สุด ซึ่งนับเป็นความสำเร็จทั้งในประเทศไทยและความสำเร็จระดับโลก

ผลกระทบจากมาตรการ พนวณว่า การประกาศใช้มาตรการห้ามตั้งแสดงบุหรี่ ณ จุดขายส่งผลให้ยอดขายบุหรี่ทั้งไทย และต่างประเทศลดลง ขณะที่เยาวชนเห็นด้วยกับมาตรการดังกล่าว

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ประกอบด้วยหลายปัจจัยด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีเจ้าภาพหลัก และผู้นำการชี้แนะในการขับเคลื่อนและเชื่อมประสานภาคเครือข่ายหลากหลายภาคส่วนให้ขับเคลื่อนมาตรการจนเป็นผลสำเร็จ

ข้อค้นพบจากงานวิจัยนี้ นับเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับบุคลากรด้านสาธารณสุขที่ต้องการพัฒนาโดยนัยสาธารณะเพื่อสุขภาพแบบมีส่วนร่วม โดยใช้กระบวนการชี้แนะสาธารณะเป็นเครื่องมือ

คำสำคัญ: การชี้แนะสาธารณะ/โฆษณา ณ จุดขาย/บุหรี่/การควบคุมยาสูบ

ADVOCACY FOR BANNING THE DISPLAY OF CIGARETTES AT POINT OF SALE IN THAILAND

JARUEK CHAIRAK 4737487 PHPH/M

M.Sc. (PUBLIC HEALTH) MAJOR IN HEALTH EDUCATION AND BEHAVIORAL SCIENCES

THESIS ADVISORY COMMITTEE: LAKKHANA TERMSIRIKULCHAI,PH.D., THARADOL KENGGANPANICH, M.A.,MONDHA KENGGANPANICH,PH.D., SUCHADA TUNGTHANGTHUM,PH.D

Abstract

Qualitative research was conducted for this study in order to explore the process of advocacy using the movement for the ban of the display of cigarettes at point of sale in Thailand as a case study. Information was collected from a document review and analysis, in-depth interviews with key informants, and focus a group.

The results of this study showed that the movement to ban the display of cigarettes at point of sale in Thailand corresponded with the principles of policy advocacy, which consisted of 6 main steps: 1) **Analysis** - Technical information regarding the display of cigarettes at point of sale had been researched and investigated. This included the international interventions and situation, the impact on youths and analysis regarding the stakeholders in this process. 2) **Planning** - A team had been formed to discuss the planning of the advocacy and media advocacy by framing the issue and the framing for media access. 3) **Mobilization** - Allies from many sectors including the government, professional and civil society sectors had been mobilized to take part in this process. 4) **Action** - A number of significant situations arose during the advocacy process including resistance from discontented stakeholders. However, the tobacco control advocate was able to respond to these concerns in time, resulting in the eventual implementation of this measure by the Ministry of Public Health. 5) **Evaluation** - Some weak points were still detected in this advocacy process. 6) **Continuity** - After the implementation of this measure, it appeared that some retailers were not abiding by this law, resulting in the need for the tobacco control advocate to exert continuous efforts before finally succeeding. This advocacy catapulted the subject of banning the display of cigarettes at point of sale into media and political agendas, which ultimately resulted in the successful push for this measure. This has been considered to be a success on both domestic and international levels.

As for the impact from this measure, it has been found that the implementation of the ban of cigarettes at point of sale has resulted in the decrease in sales of both Thai and imported cigarettes, while at the same time youths tend to agree with the measure.

There are many factors which led to the success of this advocacy process, most importantly are the presence of main players and lead advocates to drive the movement and build a network between allies from a number of different sectors for the successful push for this measure.

The findings of this study would be of great benefit to public health officials who wish to develop participatory healthy public policies by using the advocacy process as a tool.

KEY WORD: ADVOCACY /PUBLIC ADVOCACY / POINT OF SALE / TOBACCO CONTROL