



การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่"

ของ นกตล พิมสาร

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชลธิศ ดาราวงษ์)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.พนิดา จงสุขสมสกุล)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร.สุจินดา โพธิ์ไพฑูรย์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิ สุอำพัน)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรรองกาญจน์ ชูทิพย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่
ผู้วิจัย	นภดล พิมสาร
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.พนิดา จงสุขสมสกุล
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรี การสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2565
คำสำคัญ	นวัตกรรมทางสังคม, การสื่อสาร, นักสูบหน้าใหม่

บทคัดย่อ

การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่เป็นการวิจัยผสมผสานด้วยระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ผ่านการวิเคราะห์เอกสารรวมทั้งอาศัยการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยบทสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 26 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ทั้งหมดคืนกลับไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหาคณาจารย์ และนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาที่ยินดีนำงานวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์ โดยการออกแบบนวัตกรรมอย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 97 คน และนำนวัตกรรมไปใช้ในการเรียนการสอนกับนักศึกษาจำนวน 13 คน ผลการวิจัยยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ ทั้งในประเทศและต่างประเทศสอดคล้องกัน คือ เพศ ทักษะคติ อิทธิพลของเพื่อน ทั้งนี้แบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ มีองค์ประกอบ 4 S ได้แก่ STOP, STABLE, STRONG และ START ผลการประเมินนวัตกรรมทางสังคมอยู่ในระดับที่มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้มากถึงมากที่สุด โดยนำไปใช้ในการออกแบบสื่อเพื่อสร้างจิตสำนึกและความเข้าใจที่ดีของการเริ่มเข้าสู่การเป็นนักสูบหน้าใหม่

Title	A PARTICIPATORY ACTION RESEARCH ON SOCIAL INNOVATION DEVELOPMENT TO PREVENT NEW YOUNG SMOKERS
Author	Nopphadol Pimsarn
Advisor	Associate Professor Panida Jongsuksomsakul, Ph.D.
Academic Paper	Ph.D. Dissertation in Communication, Naresuan University, 2022
Keywords	Social innovation, Communication, New young smokers

ABSTRACT

A participatory action research on social innovation development to prevent new smokers is a mixed-methods study combining qualitative and participatory action research. This study aims to identify the causal factors associated with smoking initiation among new smokers by analyzing documents and conducting in-depth interviews with 26 key informants using a structured interview guide. The synthesized information is then returned to a sample group of administrators, teachers, and students from higher education institutions willing to benefit from the research findings. The innovation was created in collaboration with a total of 97 individuals, and it was implemented in the classroom with 13 students. The research findings confirm the causal factors related to smoking initiation among new smokers, including gender, attitudes, and peer influence, both domestically and internationally. Four S components comprise the communication model for preventing new smokers: STOP, STABLE, STRONG, and START. The evaluation results of social innovations range from high to the highest levels of appropriateness and feasibility. These innovations are utilized in media design to increase awareness and comprehension of the process of becoming a new smoker.

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ครอบครัว ของผู้วิจัยที่ทำให้กำลังใจและให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.พนิดา จงสุขสมสกุล ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำอย่างอดทน อดกลั้น จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณโครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ ที่ให้โอกาสในการเรียนรู้ อบรม และลงมือปฏิบัติจริงในการศึกษาวิจัยทุกขั้นตอน ซึ่งองค์ความรู้และทักษะที่ได้รับนั้น เป็นประโยชน์อย่างสูงสุดในการทำวิจัยนี้ให้สำเร็จลุล่วง

นอกจากนี้ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ไม่อาจกล่าวชื่อได้ในประกาศคุณูปการนี้ ซึ่งมีส่วนช่วยในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ให้สำเร็จได้อย่างเป็นรูปธรรม

คุณค่าและคุณประโยชน์ทั้งในด้านวิชาการและสังคมจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปใช้พัฒนาการสื่อสารในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในสังคมต่อไป

นภดล พิมสาร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
ประกาศคุณูปการ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร.....	10
แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม.....	28
แนวคิดทางสังคมศาสตร์.....	34
แนวคิดการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมทางสังคม.....	60
แนวคิดเกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review).....	68
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	70
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	85
การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบ หน้าใหม่.....	85
การวิจัยระยะที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วม ในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่.....	90
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	97

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบ หน้าใหม่.....	97
วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วม ในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่.....	112
การประเมินผลนวัตกรรมทางสังคม.....	126
บทวิเคราะห์ประเด็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่	144
องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย	147
บทที่ 5 บทสรุป.....	150
สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่ม สูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่.....	150
สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทาง สังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่.....	153
อภิปรายผลการวิจัย.....	156
ข้อเสนอแนะ.....	161
บรรณานุกรม.....	164
ภาคผนวก.....	179
ประวัติผู้วิจัย.....	232

สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงความแตกต่างของกรอบเหตุผลสัมพันธ์ กับ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง.....	27
ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) กับ การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review).....	68
ตาราง 3 แสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ ในการวิจัยระยะที่ 1.....	87
ตาราง 4 แสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในการวิจัย ระยะที่ 1	89
ตาราง 5 แสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในการวิจัย ระยะที่ 2	92
ตาราง 6 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ในโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่	103
ตาราง 7 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ.....	106
ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่จาก การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว กับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของ โครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่.....	106
ตาราง 9 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่จาก การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว กับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ	107
ตาราง 10 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ซึ่งไม่สอดคล้องกัน	108
ตาราง 11 แสดงปัญหาของการดำเนินการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบันอุดมศึกษา ต้นแบบ	119

ตาราง 12 แสดงผลการประเมินนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อ
ป้องกันนักสูบหน้าใหม่..... 127



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ส่วนหนึ่งของการรณรงค์เพื่อขับเคลื่อนการลด ละ เลิกสูบบุหรี่.....	3
ภาพ 2 การใช้สัญลักษณ์และรูปภาพเพื่อสร้างความน่ากลัวในการสูบบุหรี่.....	4
ภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	8
ภาพ 4 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	36
ภาพ 5 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาทางตรงของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	37
ภาพ 6 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาโดยการวางสินค้าให้เห็นของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	37
ภาพ 7 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณา ณ จุดขายของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	38
ภาพ 8 แสดงตัวอย่างการแปรเปลี่ยนเครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	38
ภาพ 9 แสดงตัวอย่างการโฆษณาสินค้าข้ามพรมแดนของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	39
ภาพ 10 แสดงตัวอย่างการส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	39
ภาพ 11 แสดงตัวอย่างการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่.....	40
ภาพ 12 แสดงตัวอย่างการให้ทุนสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคมจากบริษัทผลิตบุหรี่..	41
ภาพ 13 แสดงตัวอย่างการสร้างองค์รหน้าฉาก.....	41
ภาพ 14 แสดงตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อนทางสังคม	44
ภาพ 15 แสดงโครงการจัดการวิงรณรงค์งดสูบบุหรี่.....	45
ภาพ 16 แสดงตัวอย่างสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่.....	46
ภาพ 17 แสดงPRISMA flow diagram แสดงผลลัพธ์การค้นหาวรรณกรรมจากฐานข้อมูล อิเล็กทรอนิกส์ (ค้นหาเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2565).....	98
ภาพ 18 แสดงภูมิภาคของการศึกษาวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบ หน้าใหม่.....	99
ภาพ 19 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ในประเทศไทย .	100
ภาพ 20 แสดงกลุ่มประเทศที่มีการยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ ของนักสูบหน้าใหม่.....	101
ภาพ 21 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ในต่างประเทศ..	101

ภาพ 22 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ทั้ง
 ในประเทศและต่างประเทศ..... 102

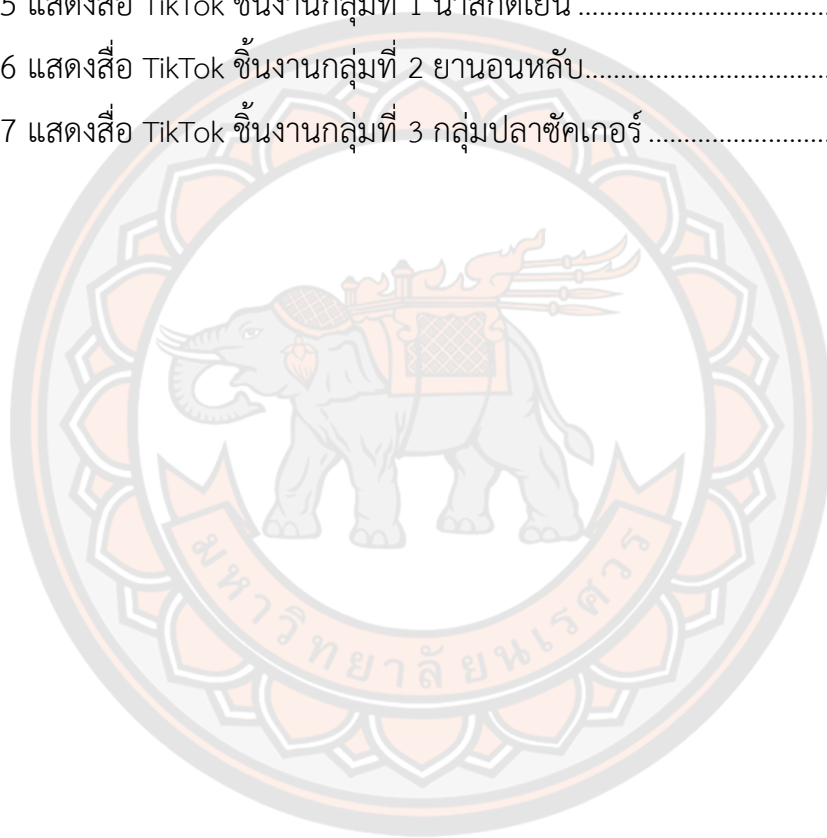
ภาพ 23 แสดงร่างนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่
 ใหม่..... 125

ภาพ 24 แสดงนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่
 ใหม่..... 137

ภาพ 25 แสดงสื่อ TikTok ชิ้นงานกลุ่มที่ 1 น้ำสกัดเย็น 140

ภาพ 26 แสดงสื่อ TikTok ชิ้นงานกลุ่มที่ 2 ยานอนหลับ..... 141

ภาพ 27 แสดงสื่อ TikTok ชิ้นงานกลุ่มที่ 3 กลุ่มปลาซัคเกอร์ 142



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

สุขภาพและสภาวะความเป็นอยู่ของประชาชน นับเป็นภารกิจที่ยิ่งใหญ่ของการบริหารจัดการภาครัฐ ประเด็นยุทธศาสตร์ด้านการจัดการสุขภาวะยั่งยืนจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ระบุไว้ในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) เพื่อให้ประเทศพัฒนาได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ทั้งการเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ โดยการพัฒนาองค์ความรู้และการสื่อสารด้านสุขภาพที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ให้แก่ประชาชน ตลอดจนการเฝ้าระวังและบริหารจัดการกับความรู้ทางสุขภาพที่ไม่ถูกต้องจนเกิดเป็นทักษะทางปัญญาและสังคม นอกจากนี้ยังมีการผลักดันการสร้างเสริมสุขภาพของประชาชนในทุกนโยบาย โดยการสนับสนุนให้ทุกหน่วยงานและทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการรับผิดชอบต่อสุขภาพของประชาชน เพื่อลดปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสุขภาพของประชาชน เช่น ยาสูบ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ดังปรากฏในผลของรายงานวิจัยที่สอดคล้องกันอย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์ยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่อสภาวะทางด้านจิตใจของประชาชน และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมด้านลบจนก่อให้เกิดปัญหาอาชญากรรมได้ (ธราเทพ โอชารส, 2554; ปราโมทย์ จันทร, 2558; พระครูสมุห์เผิน โจนรัมย์, 2557; เพ็ญศรี ฉรินัง, 2559; วรัท ปทุมศรี วิโรจน์, 2561; สิริกร นามลาบุตร และวรานิชฐ์ ลำไย, 2561; สุนันทิพย์ จิตสว่าง, 2551; เสกสิทธิ์ สวรรยาธิปิติ, 2554; อานนท์ ฉัตรเงิน และเกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์, 2559)

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ เป็นสินค้าทางการเกษตรและได้รับการพัฒนาให้เป็นสินค้าอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางการตลาดสูงและสร้างผลกำไรอย่างเป็นกอบเป็นกำให้แก่ภาครัฐ การส่งเสริมให้การเพาะปลูกใบยาสูบเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพื่อนำไปสู่การสร้างผลผลิตและทำให้เกิดรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมกับภาครัฐ ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด จึงเกิดขึ้นในทุกประเทศทั่วโลก โดยการสื่อสารเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการขับเคลื่อนความรู้ทางการเกษตร ความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการใช้การสื่อสารเป็นช่องทางในการทำให้เกิดพฤติกรรมการสูบบุหรี่อย่างมั่นใจ และโน้มน้าวใจให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับบุคลิกภาพของคนรุ่นใหม่ โดยในขณะที่เกิดการโน้มน้าวใจมิได้ศึกษาผลกระทบในเชิงสุขภาพ แต่ผลกระทบในเชิงเศรษฐกิจเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง กลายเป็นรายได้ในรูปแบบภาษีที่จัดสรรเป็นงบประมาณแผ่นดิน (ทรงเกียรติ ปิยะกะ, 2547) ขณะที่ผลกระทบในเชิงสุขภาพก่อให้เกิดโรคเรื้อรังต่อผู้สูบและผู้ได้รับผลข้างเคียงจากการได้รับควันบุหรี่ กลายเป็นประเด็นสำคัญทางสังคมโลกที่ขับเคลื่อนหลังจากที่พบว่าอัตรา

การเสียชีวิตของประชาชนทั่วโลกด้วยโรคอุจจาระร่วง โรคมาลาเรีย และโรคหัวใจขาดเลือด กลับทำให้เม็ดเงินมหาศาลที่ได้รับมาจากภาษีและผลประโยชน์จากการมาใช้จ่ายกับสุขภาพของประชาชน มากกว่ารายรับ โดยข้อมูลจากศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (2561) พบว่าอัตราความสูญเสียทางเศรษฐศาสตร์ที่เกิดจากการสูบบุหรี่มีมากถึง 7 หมื่นล้านบาท

ด้วยจำนวนเงินและอัตราการจ้างงานของอุตสาหกรรมยาสูบ ตลอดจนผลกระทบจากการนำเข้า ส่งออกผลิตภัณฑ์ยาสูบ ทำให้ภาครัฐไม่สามารถ “หักดิบ” โดยใช้การยกเลิกการผลิตในอุตสาหกรรมยาสูบลงได้ แต่การขับเคลื่อนการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนก็ยังคงจำเป็นต้องดำเนินการต่อไป ดังนั้นภาครัฐจึงใช้วิธีการโดยการผลักดันการขึ้นภาษียาสูบ ที่ส่งผลให้บุหรี่มีราคาแพงขึ้นทั่วประเทศ ทำให้ผู้สูบได้รับผลกระทบและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการสูบบุหรี่ให้น้อยลง และเลิกสูบไปในที่สุด ตลอดจนการสนับสนุนให้เกิดการรณรงค์กับประชาชนเพื่อให้ตระหนักถึงความร้ายแรงของการสูบบุหรี่ผ่านหน่วยงานของรัฐ องค์กร สมาคม และมูลนิธิต่าง ๆ (ประกาศกระทรวงสาธารณสุข, 2551)

การป้องกัน ปรามปราม และส่งเสริมให้ประชาชนงดสูบบุหรี่ถูกจัดทำเป็นโครงการในการขับเคลื่อนการพัฒนาโดยใช้การสื่อสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงประชาชนให้ได้มากที่สุด โดยมาตรการป้องกันและปรามปรามการสูบบุหรี่ คือ การกำหนดโทษปรับไม่เกิน 5,000 บาท เมื่อสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ หรือ การกำหนดสถานที่เฉพาะสำหรับการสูบบุหรี่ เพื่อจำกัดบริเวณ โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบป้ายสติ๊กเกอร์นำไปติดไว้บริเวณสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งบ่อยครั้งไม่สามารถจับกุมผู้กระทำความผิดได้ การสื่อสารในรูปแบบนี้จึงสะท้อนให้เห็นถึงความไม่เอาจริงเอาจังในการปรามปรามผู้กระทำความผิด และไม่สามารถสื่อสารให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือลดการสูบบุหรี่ลงได้

การส่งเสริมให้ประชาชนงดสูบบุหรี่เป็นอีกหนึ่งโครงการที่ขับเคลื่อนกันมามากกว่าทศวรรษ โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรอิสระต่าง ๆ นำกระบวนการรณรงค์มาใช้เป็นกระบวนการหลักในการสื่อสารไปยังประชาชนให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยรูปแบบการรณรงค์นั้นมีการใช้บุคคลผู้มีชื่อเสียง เป็นที่ยอมรับนับถือในสังคม มาทำการประชาสัมพันธ์ โดยสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์นั้น มีการใช้สื่อทุกรูปแบบทั้งสื่อเก่า และสื่อออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีการรณรงค์ด้วยการจัดกิจกรรมหลายประเภท อาทิ การปั่นจักรยาน เพื่อสร้างแรงขับเคลื่อนทางสังคมให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการสูบบุหรี่อย่างเป็นรูปธรรม ดังจะเห็นได้จากภาพ 1



ภาพ 1 ส่วนหนึ่งของการรณรงค์เพื่อขับเคลื่อนการลด ละ เลิกสูบบุหรี่

แหล่งที่มา: (บ้านเมือง, 2561; มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2558)

นอกเหนือจากการรณรงค์ขับเคลื่อนทางสังคมแล้ว ภาครัฐยังผ่านนโยบายการจัดพิมพ์ซองบุหรี่ให้มีรูปลักษณะที่น่ากลัว โดยใช้รูปภาพของผู้ป่วยที่เป็นโรคเรื้อรังจากการสูบบุหรี่ เช่น โรคถุงลมโป่งพอง มีการใช้ภาพการเจาะคอเพื่อใส่ท่อช่วยหายใจ สื่อสารให้ประชาชนที่ซื้อบุหรี่ตระหนักถึงโทษจากการสูบ และลดการสูบบุหรี่ลงในที่สุด เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจำกัดไม่ให้เยาวชนสามารถซื้อบุหรี่ได้ ตลอดจนการห้ามแบ่งจำหน่ายบุหรี่เพื่อป้องกันไม่ให้เยาวชนสามารถเข้าถึงบุหรี่ได้โดยง่าย อีกทั้งร้านค้า ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ต้องจัดเก็บบุหรี่ให้ปิดชิด ห้ามแสดงซองบุหรี่เพื่อจำหน่าย ดังจะเห็นได้จากภาพ 2 อันเป็นการลดปัจจัยการกระตุ้นความอยากสูบบุหรี่ของประชาชนอีกทางหนึ่ง ไม่เพียงเท่านั้น ภาครัฐยังผ่านนโยบายการคัดกรองการเผยแพร่ภาพโฆษณาบุหรี่ผ่านทางภาพยนตร์ โทรทัศน์ซึ่งจะสังเกตได้อย่างชัดเจนว่าละครหรือภาพยนตร์ในปัจจุบันจะมีตัวละครที่สูบบุหรี่น้อยมากถึงแทบไม่มีปรากฏ และหากเป็นภาพยนตร์จากต่างประเทศ ก็จะมีการเซ็นเซอร์ภาพการสูบบุหรี่ ตลอดจนการกำหนดอายุผู้รับชม เพื่อจำกัดสิ่งยั่วยุให้ประชาชนเกิดความอยากในการสูบบุหรี่



ภาพ 2 การใช้สัญลักษณ์และรูปภาพเพื่อสร้างความน่ากลัวในการสูบบุหรี่

แหล่งที่มา: สยามรัฐออนไลน์, 2562

อย่างไรก็ตามข้อมูลจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2564) พบว่าจำนวนนักสูบหน้าใหม่เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 200,000 คน โดยมีอายุอยู่ในช่วงวัย 19-24 ปี (เกิดเมื่อปี พ.ศ. 2540 – 2545) หรือก็คือ กลุ่มคน Gen Z ซึ่งครอบคลุมผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2540 – 2552 และพบว่าแนวโน้มการสูบบุหรี่ครั้งแรกนั้นอายุลดลง จาก 16.9 ปี เป็น 15.6 ปี และนักสูบหน้าใหม่ทุก 10 คนที่ติดบุหรี่ จะมีเพียง 3 คนเท่านั้นที่สามารถเลิกบุหรี่ได้ ส่วนอีก 7 คนจะติดบุหรี่ไปตลอดชีวิต ซึ่งข้อมูลดังกล่าวไม่สอดคล้องกับมาตรการ การกำกับดูแล การห้ามปราม และการรณรงค์อย่างต่อเนื่องที่ผ่านมา

ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม จึงมีความพยายามในการคิดค้นวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อลดการสูบบุหรี่ออกสู่ท้องตลาดเป็นจำนวนมาก เช่น หมากฝรั่ง หรือลูกอมเลิกบุหรี่ แต่ถึงกระนั้นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับผู้ที่สูบบุหรี่เป็นประจำอยู่แล้ว และมีความต้องการเลิกสูบบุหรี่ และนวัตกรรมที่ยังคงเคลือบแคลงใจของสังคมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ คือ ชองบุหรี่แบบเรียบ โดยนวัตกรรมดังกล่าวเริ่มต้นนำมาใช้อย่างเป็นทางการในประเทศออสเตรเลีย และแพร่กระจายไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งประเทศไทยได้ประกาศใช้อย่างเป็นทางการเมื่อเดือนธันวาคม 2562 โดยมีข้อมูลสนับสนุนว่าการใช้ชองบุหรี่แบบเรียบนั้น จะช่วยลดจำนวนวัยรุ่นที่ไม่เคยสูบบุหรี่มาก่อนลง เนื่องจากชองบุหรี่แบบเรียบนั้นจะทำให้วัยรุ่นตระหนักถึงคำเตือนสุขภาพบนชองมากขึ้น (มติชนออนไลน์, 2562b; มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่, 2559) อย่างไรก็ตามข้อมูลอีกมุมมองหนึ่งก็สะท้อนให้เห็นว่า ชองบุหรี่แบบเรียบนั้น ไม่ได้มีผลต่อการลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้สูบบุหรี่ในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเป็นประเทศแรกที่ใช้ชอง บุหรี่แบบเรียบ กลับมีจำนวนนักสูบเพิ่มขึ้นมากกว่า 60,000 คน (British American Tobacco, 2018)

งานวิจัยจำนวนมากทางด้านสังคมศาสตร์ จิตวิทยา และทางด้านสุขภาพ พบว่าพฤติกรรมการติดยาหรือของเด็กและเยาวชนมาจากสภาพจิตใจ และการเปลี่ยนแปลงของฮอร์โมนในร่างกายที่กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์ ประกอบกับสภาพปัญหาที่พบเจอและไม่อาจจัดการได้ ความไม่พร้อมของระบบสังคมและครอบครัว ความไม่สมบูรณ์แบบของสภาพสิ่งแวดล้อมรอบตัว และปัญหาต่าง ๆ ส่วนหนึ่งมาจากการสื่อสารเป็นตัวกลางเชื่อมโยงปัจจัยความเสี่ยงที่นำไปสู่พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของเยาวชน นักวิชาการทางสังคมศาสตร์ (ทรงเกียรติ ปิยะกะ, 2547; นิทัศน์ศิริโชติรัตน์ และฉัตรสมน พดุมิถัญญ, 2560) ศึกษาสาเหตุของการสูบบุหรี่ในเยาวชน เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาโครงการลดการสูบบุหรี่ โดยพบว่าปัจจัยที่ทำให้เยาวชนจุดบุหรี่สูบเป็นครั้งแรก เนื่องจาก เพื่อนและความอยากรู้อยากลอง อันเป็นธรรมชาติของเยาวชนที่ชื่นชอบความท้าทาย นำต้นตอและสนุกสนาน นอกจากนี้เยาวชนบางคนยังมีค่านิยมและทัศนคติว่าถ้าหากไม่สูบบุหรี่จะเข้ากลุ่มกับเพื่อนไม่ได้ หรือไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน และหลายคนไม่กล้าเลิกสูบบุหรี่เพราะกลัวเพื่อนล้อเลียน ไม่เพียงเท่านั้น ปัจจัยการสูบบุหรี่ยังมาจากปัจจัยส่วนบุคคล เช่น การมีสุขภาพสุขภาพทางจิต โรควิตกกังวล ความเครียด เนื่องจากผู้สูบบุหรี่บางคนใช้วิธีการสูบบุหรี่เพื่อระบายความเครียดจากปัญหาที่บ้าน การเรียน หรือความรัก และบางครั้งผู้สูบบุหรี่ยังใช้เป็นสัญลักษณ์ในการต่อต้านพ่อแม่ เพื่อแสดงให้เห็นว่าตนเองโตแล้ว ไม่ต้องการให้พ่อแม่บิบบังคับ ผลที่ตามมาจากการลองสูบบุหรี่ ไม่เพียงทำร้ายร่างกายตนเองเท่านั้น แต่ยังเพิ่มโอกาสที่จะติดสารเสพติดประเภทอื่นได้มากกว่าเยาวชนที่ไม่สูบบุหรี่มากกว่าถึง 10 เท่า เนื่องจากบุหรี่เป็นยาเสพติดติดด่านแรก เมื่อสูบจนติดแล้ว ก็มักจะชักนำไปสู่การอยากรู้อยากลองเสพติดชนิดอื่น ๆ ต่อไป

ขณะที่การสื่อสารซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในทางดีและไม่ดีจากการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารที่ผ่านมา หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน หรือภาคประชาสังคม ดำเนินการกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้เกิดการรณรงค์ผ่านการจัดทำโครงการที่เกิดจากการรับเอานโยบายจากหน่วยงานกลางมาดำเนินการในพื้นที่ จึงทำให้การสื่อสารมีลักษณะจากบนลงล่าง รูปแบบการสื่อสารที่ใช้ในการขับเคลื่อนการลด ละ เลิกสูบบุหรี่นั้น โดยส่วนใหญ่เป็นการสื่อสารแบบทางเดียว ด้วยการส่งเนื้อหาในเชิงประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลจากหน่วยงานแพร่กระจายสารที่แสดงให้เห็นโทษ และความน่ากลัวจากการสูบบุหรี่ (Fear Messages) ซึ่งปรากฏผลแล้วว่าแม้จะมีการดำเนินงานขับเคลื่อนโครงการหลายครั้งแล้ว แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้จำนวนของการเข้ามาเป็นผู้สูบบุหรี่รุ่นใหม่มีแนวโน้มลดลงได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิจิตรพงศ์ สุนทรพิพิธ (2559) ที่ทำการศึกษาคำการใช้สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์อัจฉริยะที่มีผลต่อการสูบบุหรี่ในกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 18 – 24 ปี พบว่าสาเหตุการเพิ่มจำนวนของนักสูบหน้าใหม่ในกลุ่มวัยรุ่น มีส่วนมาจากการโฆษณาหรือการเผยแพร่ให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคยาสูบผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์จากบริษัทผู้ผลิตและ

อุตสาหกรรมยาสูบมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถหลีกเลี่ยงข้อจำกัดด้านสถานที่ เวลาในการเผยแพร่ ตลอดจนการควบคุมจากหน่วยงานของรัฐได้

จากการทบทวนวรรณกรรมต่างประเทศ ยังสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานและนักวิชาการก็มีความพยายามในการลดการสูบบุหรี่ของเยาวชน โดยใช้รูปแบบการสร้างการมีส่วนร่วม (Youth Participatory Action Research: YPAR) ซึ่งผลในการดำเนินการพบว่า การสร้างการมีส่วนร่วมของเยาวชนและการปฏิบัติการทางสังคมส่งผลให้ชุมชนเกิดความตระหนักในการใช้สารเสพติด ตลอดจนร่วมมือร่วมใจกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น แต่ยังคงขาดความสม่ำเสมอและความต่อเนื่องในการขับเคลื่อนการมีส่วนร่วมเพื่อลดการสูบบุหรี่ และยังคงขาดการติดตามและประเมินผลในระยะยาวของโครงการต่าง ๆ (Valdez et al., 2020)

จากข้อมูลดังกล่าวนี้ จึงเป็นที่มาของการดำเนินการวิจัยเพื่อค้นหาแนวทางการจัดการแก้ไขและป้องกันปัญหา ร่วมกับเด็กและเยาวชนที่ส่วนใหญ่จะถูกจัดอยู่ในกลุ่มนักสูบหน้าใหม่ตามที่พนิดา จงสุขสมสกุล (2564) พบว่า นวัตกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้นจากผู้พัฒนาเป็นหลัก โดยไม่ได้มุ่งเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งไม่ได้เป็นไปตามแนวทางการพัฒนานวัตกรรมทางสังคม หรือกระบวนการสื่อสารเพื่อการพัฒนา โดยแนวคิดการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนานั้น นับเป็นแนวคิดที่เหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนสังคมในปัจจุบัน โดยแนวคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นที่สุด การสร้างเสริมอำนาจให้แก่ประชาชนในระดับรากหญ้า จะเป็นกระบวนการที่จะนำไปสู่การพัฒนาสังคมแบบ “ประชาสังคม” อย่างแท้จริง (บุญเลิศ ศุภติติก, 2558) การสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมผ่านการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมจึงเป็นสิ่งสำคัญที่หน่วยงานทุกภาคส่วนควรให้ความสำคัญ เพราะหากสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้เยาวชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบในการกำหนดนโยบายในการขับเคลื่อนโครงการที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ย่อมนำมาซึ่งผลกระทบในการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งพัฒนานวัตกรรมทางสังคม ซึ่งเป็นวิธีการแก้ไขปัญหาทางสังคมรูปแบบใหม่ โดยคำนึงถึงการพัฒนาหรือปรับให้เข้ากับความต้องการของชุมชนหรือสังคมเป็นสำคัญ ผ่านกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม เพื่อเป็นประโยชน์ทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติ ซึ่งการสร้างนวัตกรรมทางสังคมที่สามารถเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจ จนสามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมจะนำไปสู่การลดจำนวนและป้องกันนักสูบหน้าใหม่ต่อไป

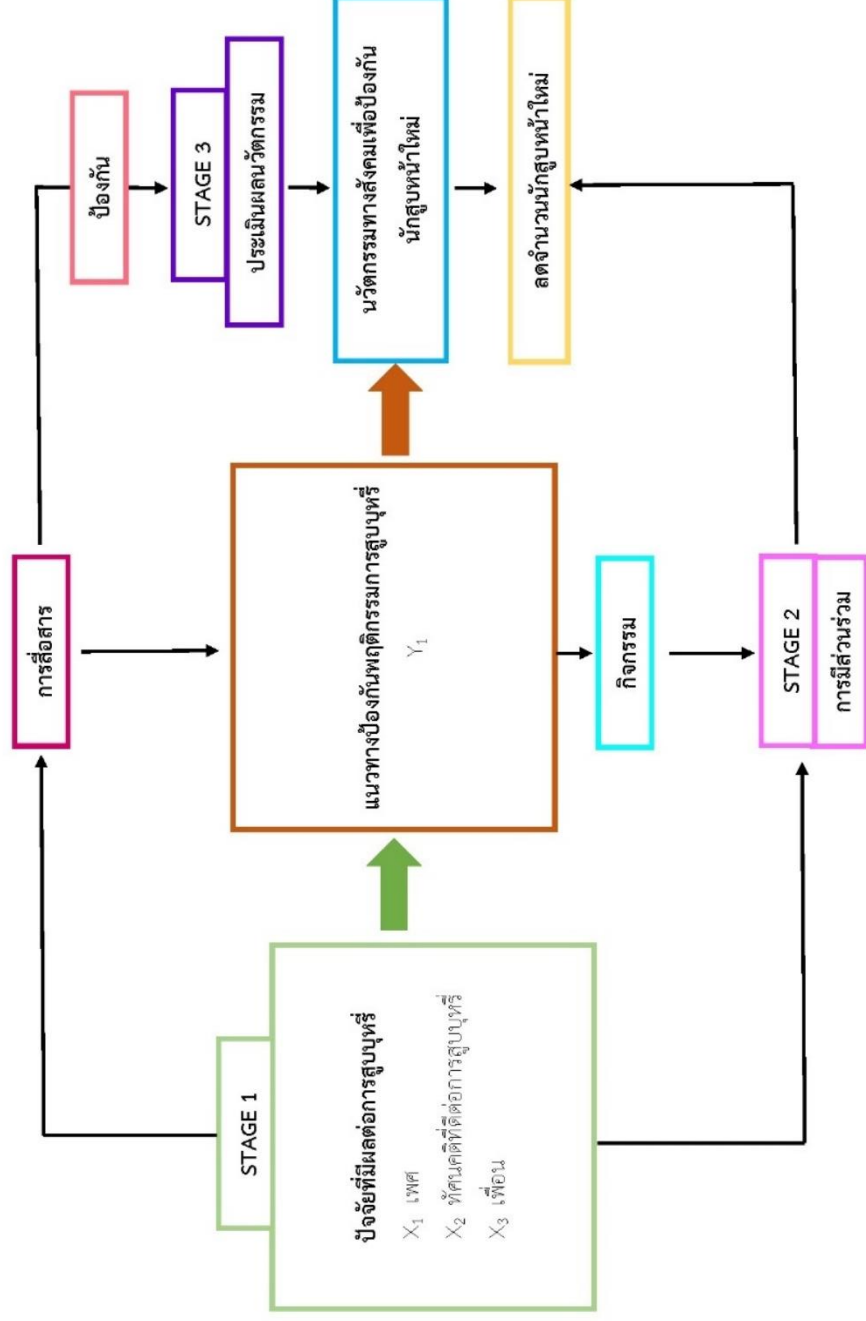
จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นวัตกรรมทางสังคม หมายถึง ผลลัพธ์ของการวิจัย (แบบจำลองทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่) โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ร่วมวิจัยในการป้องกันการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักสูบบุหรี่ใหม่และเป็นผลผลิตสำคัญของการวิจัยเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสาร
2. การพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการวิจัยที่อาศัย การสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมของผู้ร่วมวิจัย กลุ่มตัวอย่าง ที่จะนำไปสู่ผลผลิตและผลลัพธ์ซึ่งเป็นนวัตกรรมของการวิจัยเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่
3. นักสูบบุหรี่ใหม่ หมายถึง นิสิตหรือนักศึกษาที่มีอายุระหว่าง 19 – 24 ปี (พ.ศ. 2540 – 2545) ที่สูบบุหรี่ในปัจจุบัน โดยมีการสูบบุหรี่รายวันและหรือเป็นครั้งคราว
4. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ หมายถึง เพศ เพื่อน ผลการเรียน ปฏิสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ความเครียด และทัศนคติ
5. สมรรถนทักษะ (Hard skill) หมายถึง ทักษะหรือความรู้ทางด้านสติปัญญาที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการเรียนรู้หรือสั่งสมประสบการณ์ เช่น การคิด การคำนวณ การวาดภาพ เป็นต้น
6. จรณทักษะ (Soft skill) หมายถึง ทักษะทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก หรืออุปนิสัยของบุคคล เช่น ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะการตัดสินใจ ทักษะการเป็นผู้นำ เป็นต้น

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 3 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ และเพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ จากวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรมที่สอดคล้องกับประเด็นดังกล่าว พบว่างานวิจัยจำนวนมากได้ทำการทดลองและออกแบบพัฒนาเทคนิควิธีการสื่อสารทั้งในเชิงการณรงค์ การโน้มน้าวใจ ออกแบบสารทั้งที่ให้ความรู้ความเข้าใจถึงพิษภัยและโทษของการสูบบุหรี่ในกลุ่มเด็กและเยาวชน แต่ในการออกแบบดังกล่าวนั้นมีประเด็นของพัฒนาการทางร่างกายของมนุษย์ในช่วงวัยรุ่น ที่เกิดจากฮอร์โมนเพศส่งผลต่อการเลียนแบบพฤติกรรมการสูบบุหรี่ จนเป็นเหตุให้เกิดปัจจัยทางการสื่อสารที่ต้องอาศัยแนวทางการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในวิธีการต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้วิจัยขอจำแนกรายละเอียดแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร
 - 1.1 การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ
 - 1.2 การสื่อสารเพื่อการรณรงค์
 - 1.3 การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง
2. แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม
3. แนวคิดทางสังคมศาสตร์และการเรียนรู้
 - 3.1 พฤติกรรมมนุษย์ ได้แก่ องค์ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ และพฤติกรรมของวัยรุ่น
 - 3.2 การพัฒนาทักษะของวัยรุ่นในระดับอุดมศึกษา
4. แนวคิดการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมทางสังคม
5. แนวคิดการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร

1. การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ

การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจปรากฏหลักฐานว่ามนุษย์เริ่มสื่อสารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตนเองต้องการ เพื่อสร้างพลังทางความคิด และให้เกิดความศรัทธาในการเป็นผู้นำ มนุษย์จึงได้นำการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจแบบอธิบายถึงตรรกะและการแสดงเหตุผลเพื่อก่อให้เกิดการคล้อยตามของผู้รับสาร ซึ่งนักปราชญ์ที่แสดงให้เห็นถึงพลังของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจในยุคแรก คือ อริสโตเติล ไอโสเครส และเพลโต (Aristotle, Isocratic and Plato) เป็นจุดเริ่มต้นของศิลปะทางการสื่อสารในการใช้การโน้มน้าวใจเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม

ต่อมา นักปรัชญาอย่างจอห์น ดิวอี้ (John Dewey) ได้นำเอาการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจสอดแทรกในการเรียนการสอน เนื่องจากทัศนะที่ว่า การสื่อสารจะทรงพลังต้องอาศัยฐานคิดอันเกิดจากความรู้อย่างที่ส่งผ่านความรู้ต้องมีความก้าวหน้าทางความคิด เพื่อให้เกิดวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ดีงาม ถัดจากนั้น นักวิชาการในสหรัฐอเมริกาได้สร้างการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในช่วยสงครามโลก โดยเริ่มพัฒนาจิตวิทยาทางสังคมเพื่อโน้มน้าวใจให้ประชาชนมาร่วมรบในสงคราม (พินดา จงสุขสมสกุล, 2564)

ด้วยความเป็นมาอย่างยาวนานของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จึงทำให้นิยามนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้พยายามนิยามความหมายของการสื่อสารไว้อย่างมากมาย แต่ถึงกระนั้นนิยามการสื่อสารก็ยังมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการองค์ประกอบแตกต่างกันไปในแต่ละบริบทสถานการณ์ ดังนั้นการจะให้คำนิยามที่เฉพาะเจาะจงและครอบคลุมจึงทำได้ยาก อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้พยายามศึกษาคำนิยามต่าง ๆ จากหน่วยงานและนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับ เพื่อทำความเข้าใจในนิยามของการสื่อสารให้กระจ่างมากขึ้น

เพอร์ลอฟฟ์ (Perloff, 2003) ได้ทำการรวบรวมนิยามเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของนักวิชาการต่างประเทศไว้ เช่น

แอนเดอร์เซน (Andersen, 1971) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจไว้ว่า เป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้ส่งสารพยายามที่จะค้นหาคำตอบหรือปฏิกิริยาสะท้อนจากผู้รับสาร

เบตติงเฮาส์ และโคดี้ (Bettinghaus & Cody, 1987) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจไว้ว่า ความพยายามอย่างตั้งใจโดยผู้ส่งสารคนหนึ่งที่จะเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลผ่านการสื่อสาร

สมิทท์ (Smith, 1982) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจไว้ว่าเป็นกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดการยอมรับจากจิตใจและพฤติกรรมโดยผ่านการแลกเปลี่ยนข้อความ

โอคีฟฟ์ (O'Keefe, 1990) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจไว้ว่า ความพยายามโดยเจตนาในการที่จะเข้าไปมีอิทธิพลต่อสภาพจิตใจของผู้อื่นผ่านกระบวนการสื่อสาร

กมลรัฐ อินทรทัศน์ (2558) ได้ให้ความหมายของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจไว้ว่า การสื่อสารด้วยการใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่มีจุดหมายในการที่จะมีอิทธิพลเหนือกลุ่มเป้าหมายในการเลือกตัดสินใจ เปลี่ยนความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ ฯลฯ ตามที่ผู้โน้มน้าวใจต้องการภายในเงื่อนไขและระยะเวลาที่กำหนด

จากนิยามความหมายที่นักวิชาการทั้งชาวไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่ามีความสอดคล้องกันในประเด็นความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม หรืออื่น ๆ ของผู้รับสาร ผ่านกระบวนการสื่อสาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้จัดเรียงลำดับองค์ประกอบในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ตั้งแต่ผู้ส่งสาร สาร สื่อ และผู้รับสาร

2. ผู้ส่งสารกับการโน้มน้าวใจ

2.1 การวิเคราะห์ผู้รับสาร

การสื่อสารให้ประสบความสำเร็จนั้น ผู้รับสารต้องมีความเข้าใจ สามารถตีความในรหัสหรือสารที่ ผู้ส่งสารถ่ายทอดได้ครบถ้วนถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารต้องมีความรู้และทักษะในการวิเคราะห์ผู้ฟังได้เป็นอย่างดี การสื่อสารในประเด็นใดประเด็นหนึ่งอาจเหมาะกับผู้รับสารกลุ่มหนึ่ง แต่ไม่เหมาะกับผู้รับสารกลุ่มหนึ่ง หรือการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจผู้รับสารกลุ่มหนึ่ง ก็ต้องออกแบบสารและเลือกใช้สื่ออย่างเหมาะสม โดยกิตติชัย พิณโน และอมรชัย คหกิจโกศล (2554) ได้จำแนกประเด็นการวิเคราะห์ผู้รับสารออกเป็น 6 ประเด็น ดังนี้

1. จำนวนของผู้รับสาร ในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจผ่านการพูดนั้น ผู้ส่งสารต้องทราบจำนวนของผู้ฟังและขนาดของพื้นที่ที่ใช้ในการพูดเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการเตรียมการ เนื่องจากจำนวนผู้ฟังและสถานที่ที่มีผลกระทบโดยตรงกับการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการโน้มน้าวใจ ตลอดจนส่งผลต่อการจัดกิจกรรม การดำเนินการพูด และการมีส่วนร่วมของผู้ฟัง ผู้ส่งสารหรือผู้พูดจึงจำเป็นต้องวิเคราะห์และเลือกสรรประเด็นในการพูด การเลือกสรรคำและการเรียบเรียงเนื้อหาสาระ สื่อและเทคโนโลยี เพื่อให้เหมาะสมและจูงใจผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วัยของผู้รับสาร การสื่อสารไปยังผู้รับสารที่มีช่วงวัยแตกต่างกัน ย่อมต้องใช้รูปแบบและกลวิธีที่แตกต่างกันด้วยเช่นกัน โดยสามารถแบ่งช่วงวัยของผู้รับสารได้ ดังนี้

- 2.1 วัยเด็ก ลักษณะของผู้รับสารในวัยนี้มักมีลักษณะที่ซุกซน ไม่มีสมาธิหรือความตั้งใจในการจดจ่อกับสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นระยะเวลาสั้น อีกทั้งความรู้ความสามารถในการตีความก็ยังมีข้อจำกัด ดังนั้น การสื่อสารกับวัยเด็ก จึงต้องสร้างความสนุกสนาน สร้างจุดดึงดูดใจผ่านตัวการ์ตูน การใช้สีสรรที่สะดุดตา การใช้กิจกรรมที่เหมาะสมกับวัย

2.2 วัยรุ่น ลักษณะของผู้รับสารในวัยนี้มีความสนใจที่หลากหลาย มีนิสัยที่อยากรู้อยากลอง ชอบความตื่นเต้นท้าทาย มีความกระตือรือร้น วัยรุ่นบางคนมีความคิดที่เต็มเปี่ยมไปด้วยอุดมการณ์ การเลือกสรรเรื่องราวเพื่อสื่อสารกับวัยรุ่น จึงควรมีลักษณะที่ทันสมัย แปลกใหม่ ตลอดจนต้องแสดงให้เห็นถึงการยอมรับความคิดเห็นและความสามารถในวัยรุ่น โดยอาจจัดกิจกรรมเพื่อให้วัยรุ่นได้แสดงความคิดเห็น ทักษะ การประดิษฐ์ การปรับปรุงสิ่งต่าง ๆ ให้ดีขึ้น ควบคู่ไปกับการสื่อสารรูปแบบอื่น ๆ ก็ได้

2.3 วัยผู้ใหญ่ เป็นวัยที่อยู่ในระหว่างสร้างเนื้อสร้างตัว จึงมีความสนใจในการทำงาน อาชีพ ชื่อเสียง และความมั่นคง วัยผู้ใหญ่เป็นวัยที่ผ่านประสบการณ์การใช้ชีวิตมาระยะหนึ่งแล้ว จึงมีความคิดอ่านกว้างขวาง ผู้ส่งสารจึงต้องมีความรู้ที่ถ่องแท้ การเลือกสรรคำต้องมีพลังและตรงประเด็น สามารถยกตัวอย่างสถานการณ์ใกล้ตัวมาวิเคราะห์ได้อย่างชัดเจนและมีเหตุผล จึงสามารถสร้างการโน้มน้าวใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.4 วัยชรา เป็นวัยที่ผ่านประสบการณ์การใช้ชีวิตมาอย่างยาวนาน จึงมีองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่แตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่แล้วมักมีความสนใจกับเรื่องสุขภาพ ความแข็งแรง โรคภัยไข้เจ็บ ศาสนา คุณธรรมจริยธรรม

3. เพศของผู้รับสาร โดยปกติแล้วความสนใจของเพศหญิงและเพศชายมักมีความแตกต่างกัน การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจเพศชายนั้น ควรใช้หลักการและเหตุผลที่ชัดเจน เพราะเพศชายจะถูกชักจูงโน้มน้าวใจได้ยากกว่าเพศหญิง ในส่วนของเพศหญิงนั้น ควรใช้ความอ่อนน้อมสุภาพ ละเอียดอ่อน เนื่องจากผู้หญิงเป็นเพศที่อ่อนไหวได้ง่ายกว่าผู้ชาย

4. อาชีพและฐานะ สภาพทางเศรษฐกิจของผู้รับสารเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ส่งสารควรให้ความสำคัญ เช่น หากผู้รับสารเป็นนักธุรกิจ การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจก็ย่อมต้องใช้หลักการค้าขายการลงทุน ผู้ส่งสารต้องเตรียมข้อมูลให้ครบถ้วน แต่หากผู้รับสารเป็นพ่อค้าแม่ค้าแผงลอย ก็ต้องปรับปรุงทั้งเนื้อหาและวิธีการสื่อสารให้สอดคล้องกัน

5. ความแตกต่างระหว่างเชื้อชาติ ศาสนา และการเมือง เป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อน กระทบกับความรู้สึกได้ง่าย ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรระมัดระวังเป็นพิเศษในประเด็นดังกล่าว การสื่อสารจึงควรเป็นไปอย่างเป็นกลาง ไม่ใช้ภาษาที่รุนแรง ไม่ควรเปรียบเทียบข้อดีข้อด้อย และโจมตีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

2.2 สมรรถนะสื่อสาร

นอกเหนือจากความเข้าใจในผู้รับสารผ่านกระบวนการวิเคราะห์แล้ว ผู้ส่งสารทุกคนควรมีความรู้ว่าจะใช้ภาษาอย่างไรจึงจะถูกต้องเหมาะสม ซึ่งความรู้ดังกล่าวนี้เป็นบรรทัดฐานภาษาไทย ซึ่ง ประคอง นิมมานเหมินท์ (2552) ได้ให้คำนิยามความรู้ดังกล่าวว่า สมรรถนะสื่อสาร (Communicative competence) ซึ่งประกอบไปด้วยความรู้ 4 ประการ คือ

1. ความรู้ว่ารูปแบบใดถูกหลักไวยากรณ์
2. ความรู้ว่ารูปแบบใดเป็นที่ยอมรับของสังคม เนื่องจากภาษาในบางรูปแบบอาจถูกต้องตามไวยากรณ์ แต่ไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม เช่น การใช้คำทับศัพท์ Scanner ที่ราชบัณฑิตสถานได้บัญญัติคำในภาษาไทยไว้ว่า เครื่องกราดภาพ หากนำไปใช้ผู้รับสารอาจไม่เข้าใจความหมาย เนื่องจากคำทับศัพท์นี้ไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม
3. ความรู้ว่าภาษาแบบใดเหมาะสม หมายถึง ผู้ส่งสารมีความรู้ด้านบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของภาษาด้วย เช่น ภาษาไทยมีระดับของภาษา การเลือกใช้คำว่า กิน ทาน รับประทาน เสวย ย่อมแตกต่างกันไปในแต่ละสถานการณ์ แม้จะสามารถสร้างประโยคได้สมบูรณ์ แต่อาจไม่เหมาะสมกับบางบริบทได้
4. ความรู้ว่ารูปภาษาแบบใดมีผู้ใช้มาแล้ว ผู้ส่งสารทุกภาษารู้ว่าวลีบางวลี ประโยคบางประโยค ไม่ใช่สิ่งที่สร้างขึ้นใหม่ แต่เพราะมีคนใช้มาก่อนและใช้ซ้ำหลายครั้ง เช่น มีสติงฟิง บรรจบให้ครบบาท หรือคำพูดที่ใช้กันมากในสื่อมวลชน เช่น จัตุระเปียบสังคม ข่าตัดตอน เป็นต้น ตัวอย่างเหล่านี้คนไทยรู้ว่าเป็นคำพูดที่มีผู้พูดบางคนใช้มาก่อนแล้วจึงใช้ตาม

2.3 บุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร

การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารย่อมต้องคำนึงถึงบุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือของตนด้วยเช่นกัน เนื่องจากปัจจัยทั้งสองนี้ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการโน้มน้าวใจผู้รับสารให้มากขึ้น โดยกิตติชัย พิณโน และอมรรชัย คหกิจโกศล (2554) และอรวรรณ ปิรันธน์ โอวาท (2542) ได้กล่าวถึงบุคลิกภาพและความน่าเชื่อถือไว้ ดังนี้

1. ผู้ส่งสารควรใช้การแนะนำตนเองให้เป็นประโยชน์ในการสร้างความน่าเชื่อถือ และการยอมรับจากผู้รับสาร ตลอดจนการใช้ภาษาให้เหมาะสมกับกาลเทศะ เนื่องจากภาษานอกเหนือจากการเป็นสื่อให้ผู้รับสารเข้าใจเรื่องราวแล้ว ยังสามารถสื่อให้เห็นถึงรสนิยม ระดับการศึกษา ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้ส่งสารได้ด้วยเช่นกัน
2. ผู้ส่งสารที่ต้องการจะเป็นผู้โน้มน้าวใจที่ดี ต้องทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันให้สอดคล้องกับเรื่องราวที่จะสื่อสารด้วย มิใช่เฉพาะในเวลาที่ต้องสื่อสารเพียงอย่างเดียว ซึ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะแสดงออกผ่านทางสีหน้าแววตา ผู้รับสารสามารถรับรู้อารมณ์ความรู้สึกว่าสิ่งที่ผู้ส่งสารกำลังสื่อสารมานั้นสอดคล้องและน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด เช่น หากผู้ส่งสารกำลังสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเลิกบุหรี่ แต่ผู้ส่งสารกลับสูบบุหรี่เสียเอง การโน้มน้าวใจก็จะมีประสิทธิภาพได้
3. การสื่อสารในแต่ละโอกาส ผู้ส่งสารต้องพึงระวังถึงความสับสนของผู้รับสารเกี่ยวกับสังกัดขององค์กรที่ผู้ส่งสารสังกัดอยู่ เช่น ผู้ส่งสารบางคนอาจทำงานอยู่ในองค์กรที่ผลิตบุหรี่ และเป็นกรรมการในโครงการลดสูบบุหรี่ในเวลาเดียวกัน เป็นต้น นอกจากนี้ในบางบริบทผู้ส่งสารยังสามารถอ้างถึงผู้ที่มีอำนาจหน้าที่ ผู้นำทางสังคม ผู้นำทางความคิดซึ่งมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการ

สนับสนุนเรื่องราวเนื้อหาที่สื่อสารได้ อันจะทำการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจประสบความสำเร็จได้
 ลุล่วง

4. การปรับตัวเข้ากับบริบทของผู้รับสารเป็นประเด็นที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อ
 โน้มน้าวใจ การใช้สายตามองไปยังผู้รับสาร สามารถสร้างความสัมพันธ์และถ่ายทอดความรู้สึกไปยัง
 ผู้รับสารได้ การเดิน ด้วยท่าทางที่สง่างาม สามารถสะกดสายตาของผู้รับสารให้มีสมาธิ และสร้าง
 ความน่าเชื่อถือให้กับผู้ส่งสารได้ในเวลาเดียวกัน การแต่งกายที่เข้ากับกาลเทศะ เดินทางไปสื่อสารกับ
 ชาวนาที่ทุ่งนา แต่ใส่สูทผูกเนคไทก็คงไม่เหมาะ ถึงกระนั้นผู้ส่งสารก็ยังต้องคำนึงถึงหลักความสะอาด
 เรียบร้อย เหมาะสม ทั้งหมดนี้เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะเสริมสร้างบุคลิกภาพ ความมั่นใจให้กับ
 ผู้ส่งสาร ตลอดจนสร้างความน่าเชื่อถือ และการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร ซึ่งนำไปสู่การโน้มน้าวใจได้
 อย่างเกิดประสิทธิผล

3. สารเพื่อการโน้มน้าวใจ

3.1 เริ่มจากหน่วยที่เล็กที่สุดของภาษา

การสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจให้มีประสิทธิภาพนั้น ผู้ส่งสารมีความจำเป็นต้องมี
 ความรู้ในหลักภาษาเป็นอย่างดี แม้ในภาษาเดียวกัน การเลือกสรรคำที่แตกต่างกันย่อมทำให้เกิดความ
 ประทับใจที่แตกต่างกันแก่ผู้ฟังด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาษาไทย ซึ่งหน่วยที่เล็กที่สุดของ
 ข้อความที่จะใช้ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจก็ยังมีระดับของภาษา และความหมายที่แตกต่างกัน
 โดย อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2542) และ พนิดา จงสุขสมสกุล (2564) ได้อธิบายลักษณะของ
 คำออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. คำในลักษณะนัยตรง (Denotative Meaning) คือ คำที่มีความสัมพันธ์กับวัตถุ
 จริง การรับรู้ความหมายของคำนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ความรู้ของแต่ละบุคคลด้วยเช่นกัน
 การรับรู้คำที่มีความหมายนัยตรง หากมีความใกล้เคียงกับความรู้และประสบการณ์ของผู้รับสาร
 หรือผู้รับสารเรียนรู้ความสัมพันธ์กับวัตถุนั้นโดยตรง คำดังกล่าวจะมีความเป็นนามธรรมน้อยลง
 มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น คำว่า ผลិតภัณฑ์ยาสูบ เมื่อนำไปใช้สื่อสารอาจมีความเป็นนามธรรม
 สูง ผู้รับสารที่ไม่มีความรู้หรือได้รับการเรียนรู้ความสัมพันธ์กับวัตถุนั้นโดยตรง อาจไม่เข้าใจ แต่หากใช้
 คำว่า บุหรี่ ในการสื่อสาร จะสามารถลดความเป็นนามธรรม เพิ่มความเป็นรูปธรรม ช่วยให้ผู้รับสาร
 เข้าใจได้มากขึ้น เพราะคำว่าบุหรี่ เป็นคำที่คนโดยทั่วไปเรียนรู้ถึงความสัมพันธ์กับวัตถุจริงมากกว่า
 เป็นต้น

ข้อจำกัดของคำในลักษณะนัยตรง คือ การตีความทำความเข้าใจในความหมาย
 ของคำ ของผู้ส่งสารและผู้รับสารไม่ตรงกัน หรือไม่สอดคล้องกันทั้งหมด ดังนั้น เพื่อขจัด
 ความคลุมเครือของการตีความ ผู้ส่งสารสามารถใช้วิธีการอื่น ๆ ในการขยายความได้ เช่น การให้
 คำจำกัดความ โดยปรากฏให้เห็นมากในวิทยานิพนธ์และงานวิจัย เป็นการให้ความหมายของคำใน

กรณีเฉพาะ, การแบ่งหมวดหมู่ อาจเขียนเป็นตัวอย่างได้ว่า บุหรี่ไฟฟ้า คือ ยาเสพติดประเภทหนึ่งซึ่งมีโทษต่อร่างกายอย่างมหาศาล การแบ่งหมวดหมู่เช่นนี้แสดงให้เห็นว่า ผู้ส่งสารจัดหมวดหมู่ของบุหรี่ไฟฟ้า ว่าเป็นยาเสพติด เป็นต้น

2. คำในลักษณะนัยประหวัด (Connotation Meaning) คือ คำที่มีความหมายแฝง อาจไม่ได้สื่อถึงความสัมพันธ์กับวัตถุจริง ซึ่งความหมายแฝงดังกล่าวนี้จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการเรียนรู้ของผู้รับสารแต่ละบุคคล โดยเป็นความหมายที่เข้าใจกันของคนในสังคม เฉพาะกลุ่มหรือเฉพาะบุคคลก็ได้ เช่น คำว่า สายฝน การตีความหมายของคำนี้ในบุคคลทั่วไป อาจตีความแบบนัยตรงที่หมายถึง ฝนที่ตกลงมาตามธรรมชาติ แต่หากใช้สื่อสารเฉพาะกลุ่มคนที่สูบบุหรี่ คำว่า สายฝนก็สามารถตีความถึงยี่ห้อของบุหรี่ได้เช่นกัน

คำในลักษณะนัยประหวัดนี้ มักมีปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ในประเด็นการใช้ภาษาเชิงอารมณ์ บ่อยครั้งที่ผู้ส่งสารต้องเลือกสรรคำ ระหว่างคำที่มีความหมายนัยกลาง กับคำที่มีความหมายสามารถถึงปฏิกริยาตอบโต้จากผู้ฟังได้อย่างรุนแรง หรือที่เรียกกันว่า คำอุปมา อาทิ บุหรี่ เปรียบเสมือนระเบิดเวลา ในบางครั้งผู้ส่งสารอาจไม่คล้อยตามและเกิดผลสะท้อนกลับเป็นผลร้ายกับผู้ส่งสารได้เช่นกัน ดังนั้นหากผู้ส่งสารสามารถรวบรวมคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันได้มากเท่าใด ก็จะสามารถสร้างประโยคที่เหมาะสมกับผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น

ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องเรียนรู้และเข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงความหมายของคำ เพื่อใช้ในการสร้างประโยคในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ เนื่องจากความหมายของคำ มีได้อยู่ที่รูปลักษณะตัวสะกด แต่ความหมายของคำอยู่ที่ตัวบุคคล ด้วยเหตุนี้ คำทุกคำจึงมีได้ทั้ง 2 ลักษณะ ทั้งลักษณะนัยตรง และนัยประหวัด ผู้ส่งสารสามารถโน้มน้าวใจโดยใช้ความหมายของคำเป็นตัวหนุนให้เกิดพฤติกรรมได้ อีกทั้งยังต้องพิจารณาเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความกระจำจรัสและให้ได้ปฏิกริยาตอบกลับอย่างที่ได้คาดหวัง

3.2 การเรียบเรียงสารและสร้างจุดจูงใจ

เมื่อผู้ส่งสารมีความเข้าใจและได้เลือกสรรคำที่เหมาะสมกับผู้รับสารแล้วนั้น กระบวนการถัดไปในการสร้างสารเพื่อการโน้มน้าวใจ คือ การจัดเรียบเรียงสารและสร้างจุดจูงใจ โดยอรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2542) และ พนิดา จงสุขสมสกุล (2564) ได้เสนอรูปแบบการจัดเรียบเรียงสารที่ได้ผลในการโน้มน้าวใจซึ่งผู้รับสารมีความคุ้นเคยอยู่แล้วหลากหลายรูปแบบ เช่น

1. การจัดเรียบเรียงสารโดยตำแหน่งพื้นที่ หมายถึง การจัดเรียบเรียงองค์ประกอบของเนื้อหาโดยอาศัยหลักภูมิศาสตร์ของสิ่งนั้น ซึ่งจะช่วยทำให้การรับรู้ของผู้รับสารง่ายต่อการติดตามและช่วยให้เนื้อหาสารนั้นน่าสนใจมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ภาคกลางของประเทศไทย จังหวัดสระบุรี อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดสระบุรี เป็นต้น

2. การจัดเรียงเรียงสารโดยลำดับเวลา เป็นการเรียงเรียงข้อมูลข่าวสารโดยใช้กำหนดของเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการเรียงเรียง โดยอาจเรียงจากเวลาในอดีตเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน หรืออนาคต หรืออาจเรียงจากปัจจุบันไปสู่อดีตแต่ละยุคสมัยก็ได้ เมื่อผู้ส่งสารจัดลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว จึงนำไปสู่ปัญหาและการเสนอแนะ ยกตัวอย่างเช่น หากผู้เขียนต้องการเขียนบทความเสนอปัญหาของบุหรี่ยุคปัจจุบัน อาจจัดลำดับได้โดยเรียงเรียงพัฒนาการของยาสูบ การเข้ามาของยาสูบในประเทศไทย สถานการณ์การสูบบุหรี่ในประเทศไทยในปัจจุบัน ข้อเสนอแนะ และข้อสรุป เป็นต้น

3. การจัดเรียงเรียงสารโดยแบ่งเป็นหัวข้อ เป็นรูปแบบที่นิยมอีกวิธีหนึ่ง โดยผู้ส่งสารจะหยิบยกประเด็นสำคัญของเนื้อหานั้น มาเขียนหรือกล่าวในรูปของวลีหรือประโยคคำถาม โดยการจัดเรียงเรียงสารวิธีนี้ จะช่วยให้ผู้รับสารมีความสนใจในประเด็นหัวข้อดังกล่าวได้มากขึ้น

4. การจัดเรียงเรียงสารโดยอาศัยวิธีการนิรนัย เป็นวิธีการของการใช้เหตุผลแบบตรรกวิทยา การจัดเรียงเรียงสารโดยวิธีนี้ ผู้ส่งสารจะนำเสนอภาพรวมขนาดใหญ่หรือหลักการทั่วไปก่อน แล้วจึงเสนอข้อมูลข่าวสารของตนในฐานะสถานการณ์ย่อยหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น ภาคกลางของประเทศไทยมีจำนวนผู้สูบบุหรี่มากที่สุด จังหวัดสระบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลาง เพราะฉะนั้น จังหวัดสระบุรีจึงมีจำนวนผู้สูบบุหรี่เป็นจำนวนมาก เป็นต้น

5. การจัดเรียงเรียงสารโดยอาศัยวิธีการอุปนัย เป็นวิธีการที่ตรงข้ามกับวิธีการนิรนัย โดยผู้ส่งสารจะยกตัวอย่างเรื่องหลาย ๆ เรื่องจนผู้รับสารเข้าใจและเห็นเค้าโครงของข้อสรุปได้ วิธีวิธีนี้เป็นวิธีที่เปิดกว้างให้ผู้รับสารใช้เหตุผลร่วมกับผู้ส่งสาร

การจัดเรียงเรียงสารเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการสื่อสาร หากผู้ส่งสารเลือกลำดับการจัดเรียงเรียงสารที่เหมาะสมกับเนื้อหาและผู้รับสารแล้ว การสื่อสารจึงย่อมประสบความสำเร็จได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม นอกเหนือจากการจัดเรียงเรียงสารแล้ว การสร้างจุดจูงใจในสารถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ผู้ส่งสารต้องพิจารณา เพื่อเสริมประสิทธิภาพของการสื่อสารให้ดียิ่งขึ้น โดยจุดจูงใจในสารที่เป็นที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ได้แก่

1. จุดจูงใจโดยใช้ความกลัว เป็นจุดจูงใจประเภทหนึ่งที่มีความนิยมกับสินค้าประเภทเหล้าและบุหรี่ยุคปัจจุบันเป็นอย่างมาก อาทิ สูบบุหรี่ทำให้เสื่อมสมรรถภาพทางเพศ ซึ่งแนวทางการสร้างจุดจูงใจโดยใช้ความกลัวนั้น ผู้ส่งสารควรพิจารณาเลือกใช้ในระดับต่ำซึ่งจะได้ผลมากกว่าในระดับสูง เนื่องจาก หากผู้รับสารเกิดความกลัวมากเกินไป จะทำให้เกิดความกระวนกระวายใจไม่สนใจในเนื้อหาสารได้

2. จุดจูงใจโดยใช้อารมณ์ การสร้างเนื้อหาสารที่มีจุดจูงใจทางอารมณ์จะสามารถโน้มน้าวใจได้มากกว่า โดยผู้ส่งสารอาจเลือกใช้ผ่านการใช้ภาษาที่เต็มไปด้วยอารมณ์ มีการเปรียบเปรยหรือใช้สำนวนโวหาร การเชื่อมโยงความคิดที่เสนอใหม่กับความคิดเก่า การเชื่อมโยง

ความคิดที่เสนอเข้ากับอวัจนสารที่สามารถเร้าอารมณ์ได้ ตลอดจนการทำให้ภาษาพูดและภาษากาย สอดคล้องกัน

3. จุดจูงใจโดยใช้ความโกรธ เป็นรูปแบบการสร้างจุดจูงใจโดยใช้คำพูดหรือภาษากาย สร้างความคับข้องใจหรือความโกรธให้แก่ผู้รับสาร แล้วจึงเสนอทัศนคติเพื่อลดความตึงเครียดและแนวทางการแก้ไข

4. จุดจูงใจโดยใช้รางวัล เป็นรูปแบบที่เสนอผลตอบแทนให้แก่ผู้รับสาร โดยผลตอบแทนนั้นอาจใช้คำในลักษณะนัยประหวัดเพื่อสื่อสาร หรือคำในลักษณะอื่นใดที่แสดงให้เห็นว่ารางวัลนั้นไม่ใช่รูปธรรม เช่น การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การผลักดันกฎหมาย เป็นต้น เนื่องจากสารที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับสาร ย่อมประสบความสำเร็จในการโน้มน้าวใจมากกว่าหรือสามารถสร้างจุดจูงใจได้ดีกว่าสารในรูปแบบปกติ แต่การใช้รางวัลที่เป็นรูปธรรม อาจทำให้เกิดความสับสนได้ว่า การโน้มน้าวใจเกิดจากรางวัลมากกว่าการสื่อสารได้

5. จุดจูงใจโดยใช้แรงจูงใจ เป็นการใช้แรงจูงใจที่มนุษย์ได้เรียนรู้เมื่อผ่านประสบการณ์ใดประสบการณ์หนึ่งในชีวิต เช่น ความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ค่านิยม ประเพณีต่าง ๆ ในสังคม เป็นต้น

การสร้างสารทั้งหมดนี้ เป็นส่วนสำคัญที่ผู้ส่งสารต้องพิจารณาให้รอบคอบถี่ถ้วน และเลือกใช้ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจเพื่อสร้างความร่วมมือกับคนจำนวนมาก ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ตลอดจนสร้างมาตรการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ซึ่งผู้วิจัยจะได้ใช้แนวคิดดังกล่าวทั้งในกระบวนการวิเคราะห์สถานการณ์และการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ให้ได้มากที่สุด

4. สื่อเพื่อการโน้มน้าวใจ

การสื่อสารไปยังผู้รับสารให้มีประสิทธิภาพจนสามารถโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนั้น ผู้ส่งสารต้องพิจารณาปัจจัยการเลือกใช้สื่อหลายประการก่อนตัดสินใจจะใช้ช่องทางใดในการส่งสาร โดยประเด็นที่ควรพิจารณา มีดังนี้ (พนิดา จงสุขสมสกุล, 2564; อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2542)

1. สารนั้นมีความความยากง่ายเพียงใด หากพิจารณาแล้วว่าสารนั้นมีผู้รับสารสามารถอ่านและตีความได้ด้วยตนเอง ก็สามารถใช้การสื่อสารผ่านลายลักษณ์อักษรได้ แต่หากสารนั้นมีความยากและซับซ้อนเกินกว่าที่ผู้รับสารจะสนใจและเข้าใจ ก็อาจต้องใช้การสื่อสารทางวาจา โดยที่ผู้ส่งสารต้องมีความสามารถในการถ่ายทอดและเลือกใช้ภาษาที่เหมาะสมกับเนื้อหาและผู้รับสาร

2. ทักษะทางภาษาของผู้รับสาร ดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้นเกี่ยวกับการเลือกใช้ภาษาให้เหมาะสมกับระดับของผู้รับสารแล้ว ยังต้องพิจารณาถึงช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมด้วยเช่นกัน

หากผู้รับสารเป็นกลุ่มเด็ก ที่ยังไม่มีทักษะการตีความมากนัก หากส่งสารผ่านสื่อที่เป็นลายลักษณ์อักษร ผู้รับสารกลุ่มนี้อาจไม่เข้าใจ และอาจปฏิเสธการอ่าน ทำให้การสื่อสารล้มเหลวได้

3. ขนาดของผู้รับสาร หากผู้ส่งสารต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มประชาชนภายในชุมชนซึ่งมีพื้นที่จำนวนไม่มาก ก็อาจใช้การเสนอข้อมูลข่าวสารด้วยวิทยุ หรือเสียงตามสายภายในชุมชนได้ แต่หากต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มผู้รับสารขนาดใหญ่มาก อยู่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ก็อาจจำเป็นต้องใช้สื่อมวลชน ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารที่เหมาะสมกับขนาดผู้รับสาร เพราะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการส่งสารด้วยเช่นกัน

4. งบประมาณที่ผู้ส่งสารมีอยู่ ความสำเร็จของการส่งสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านเงินด้วยเช่นกัน เช่น การเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนทางโทรทัศน์ต้องเสียทั้งเวลาและเงินเป็นจำนวนมาก การส่งสารไปยังผู้รับสารภายในเวลาไม่กี่วินาที อาจไม่สามารถสร้างการโน้มน้าวใจให้ เป็นไปตามเป้าหมายที่ผู้ส่งสารต้องการได้ หากวิธีการส่งสารไปยังผู้รับสารไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

5. ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร หากพิจารณาแล้วพบว่าผู้ส่งสารเป็นผู้นำทางความคิด หรือผู้นำทางสังคม มีทักษะในการสื่อสารเป็นอย่างดี การติดต่อสื่อสารด้วยวาจาจะสามารถโน้มน้าวใจ ได้อย่างมีประสิทธิภาพได้มากกว่า

4.1 ชนิดของสื่อในการสื่อสาร

การจัดประเภทของสื่อ สามารถจัดแบ่งออกได้หลายประเภทและหลายรูปแบบ โดยอรรถณ ปิณฑนโนวาท (2542) ได้แบ่งชนิดของสื่อตามข้อดีและข้อจำกัดของสื่อแต่ละชนิดเพื่อที่ผู้ส่งสารจะได้สามารถเลือกใช้ในสถานการณ์และบริบทที่เหมาะสมได้ เช่น

1. สื่อโทรทัศน์ สื่อประเภทนี้มีมีความโดดเด่นที่ความสามารถเข้าถึงประชาชนทั้งประเทศได้อย่างรวดเร็ว สามารถแสดงภาพและเสียงได้พร้อมกัน มีความทันต่อสถานการณ์เนื่องจากสามารถใช้ในการถ่ายทอดสดได้ นอกจากนี้สื่อโทรทัศน์ยังสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะได้ผ่านทางรายการและระยะเวลาที่แตกต่างกัน สื่อโทรทัศน์ถือว่าเป็นสื่อที่สร้างการโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ดี เนื่องจากสามารถสร้างความเพลิดเพลินและสร้างอารมณ์คล้อยตามได้โดยง่าย แต่ถึงกระนั้น สื่อโทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่มีราคาสูงมาก การเผยแพร่หรือประชาสัมพันธ์ใด ๆ ในช่องโทรทัศน์ที่ได้รับ ความนิยมและช่วงเวลาที่ผู้ชมรับชมเป็นจำนวนมาก เพียงไม่กี่นาที อาจต้องใช้งบประมาณหลายแสนบาท อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้รับสารได้ในทุกครั้งที่ออกอากาศ

2. วิทยุ การเลือกประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อวิทยุสามารถเลือกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจงตามลักษณะของรายการและช่องออกอากาศได้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งหมด ตลอดจน การออกอากาศซ้ำเพื่อสร้างการรับรู้ของผู้รับสารก็สามารถทำได้ง่าย ผู้รับสารสามารถรับฟังข้อมูล ข่าวสารผ่านทางวิทยุได้แม้ในขณะที่การปฏิบัติงานหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ ตลอดจนงบประมาณที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับโทรทัศน์ แต่อย่างไรก็ตามในปัจจุบันสื่อวิทยุมีช่อง

ออกอากาศเป็นจำนวนมาก หากต้องการประชาสัมพันธ์ให้ครอบคลุมผู้ฟังทุกกลุ่ม ก็จะมีค่าใช้จ่ายสูงมาก และด้วยการลักษณะในการรับฟังวิทยุ ผู้ฟังก็มีได้ใช้สมาธิอย่างจดจ่อกับข้อมูลข่าวสารนั้น ส่งผลให้ไม่สามารถจดจำของมูลข่าวสารได้ทั้งหมด

3. หนังสือพิมพ์ ผู้รับสารผ่านหนังสือพิมพ์จะมีความรู้สึกว่าคุณข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นสิ่งที่ดีใหม่อยู่เสมอ นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีการแบ่งหมวดหมู่ของเนื้อหา และกลุ่มผู้รับสารอย่างชัดเจน ดังนั้นผู้ส่งสารจึงสามารถวางแผนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่าย อีกทั้งผู้รับสารยังสามารถเปิดอ่านรายละเอียดซ้ำได้หลายครั้ง ง่ายต่อการจดจำ อย่างไรก็ตามการลงเนื้อหาในหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูง หรือมีการวางขายทั่วประเทศ ก็ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากเช่นกัน

4. นิตยสาร จุดเด่นของนิตยสาร คือ มีกลุ่มผู้รับสารเฉพาะเจาะจงและชัดเจน เพราะผู้อ่านนิตยสารแต่ละเล่มนั้นจะมีความสนใจที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตามนิตยสารจำนวนไม่น้อยมักออกเป็นรายเดือน เนื่องจากต้นทุนการผลิตและการรวบรวมเนื้อหา ดังนั้น ข่าวสารที่ลงในนิตยสารมักจะไม่ใช่ข่าวที่สดใหม่ที่สุด และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ช้ากว่าสื่ออื่นๆ

5. สื่อกลางแจ้งและสื่อเคลื่อนที่ เช่น ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดตามสถานที่ชุมชน ป้ายโฆษณาบนยานพาหนะ ข้อดีของสื่อชนิดนี้ คือ สามารถกระตุ้นให้ผู้รับสารสนใจได้ง่าย สะดุดตา สามารถเลือกสถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายอยู่เป็นจำนวนมากได้ และสื่อเคลื่อนที่ยังสามารถสร้างความถี่ในการรับสารได้สูงมาก เมื่อผู้รับสารได้รับข้อมูลข่าวสารบ่อยและถี่ ก็สามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารได้ง่ายขึ้นเช่นกัน แต่ถึงกระนั้น สื่อทั้งสองชนิด เหมาะกับการลงเนื้อหาที่น้อย และต้องใช้ความพยายามในการออกแบบเพื่อผลิตผลงานให้สะดุดตา ไม่เช่นนั้นก็ไม่สามารถสร้างผลกระทบที่ตามมาจากการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจได้

6. สื่อภาพยนตร์ เป็นสื่อที่ผู้รับสารจะมีสมาธิในการรับชมมากที่สุด เนื่องจากต้องอยู่ในสถานที่ปิด และหยุดการติดต่อกับโลกภายนอกสักพักหนึ่ง ดังนั้นหากผู้ส่งสารสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาสาระได้ดึงดูดและถูกใจกับผู้รับสารแต่ละกลุ่มแล้ว ย่อมทำให้การโน้มน้าวใจเกิดประสิทธิผลได้เป็นอย่างดี แต่ด้วยข้อจำกัดของภาพยนตร์ ทั้งการใช้งบประมาณในการลงทุน การเข้าถึงที่ไม่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้ผู้ส่งสารต้องวางแผนด้านงบประมาณเป็นอย่างดี

7. สื่อใหม่ เป็นสื่อผสมผสานที่สามารถแสดงผลได้ทั้งข้อความ รูปภาพ เสียง รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหว โดยสื่อใหม่ประกอบไปด้วยความอิสระ 5 ประการ คือ อิสระทางด้านข้อจำกัดของเวลา อิสระทางด้านข้อจำกัดด้านพรมแดน อิสระทางด้านข้อจำกัดของขนาด อิสระทางด้านข้อจำกัดของรูปแบบ และอิสระในด้านข้อจำกัดของเนื้อหา เป็นสื่อที่ต้องมีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต สามารถสื่อสารได้สองทางในเวลาเดียวกัน ทำให้การรับรู้ประโยชน์และการใช้ชีวิตประจำวันของคนในปัจจุบันเปลี่ยนไปมาก บุคคลมีอิสระในการค้นหา และเลือกรับข้อมูลข่าวสารแบบเฉพาะเจาะจงตามความสะดวก แต่สื่อใหม่ก็มีข้อจำกัดในด้านปริมาณข้อมูลที่มากมายมหาศาล

จำเป็นต้องใช้ทักษะการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลของผู้รับสาร ตลอดจนความรู้เท่าทันสื่อในยุคดิจิทัล ดังนั้นผู้ส่งสารจึงต้องสร้างความน่าเชื่อถือและนำเสนอเนื้อหาที่ถูกต้อง ชัดเจน และสร้างการโน้มน้าวใจแบบบูรณาการทั้งภาพ เสียงและตัวอักษร (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561)

ช่องทางการสื่อสารในปัจจุบัน ขยายตัวเป็นจำนวนมากเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงจำเป็นต้องใช้ทักษะในการคิดและวิเคราะห์ถึงความเหมาะสมและประโยชน์ที่จะได้รับจากช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ตลอดจนเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้รับสาร เพื่อส่งสารและโน้มน้าวใจให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุด

4.2 การชี้แนะประเด็นแก่มวลชน (Media Advocacy)

นอกเหนือจากการใช้สื่อเพื่อการโน้มน้าวใจแล้วนั้น สื่อยังมีหน้าที่ (Function) ในการชี้แนะประเด็นแก่มวลชน (Media Advocacy) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการชี้แนะประเด็นแก่มวลชนนั้น มักกระทำผ่านสื่อมวลชน โดยเฉพาะในเนื้อหาข่าวสารที่มีคุณค่า แคลงใหม่ มีสาระ และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณชน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับบรรทัดฐานของสื่อมวลชนที่ต้องทำหน้าที่อย่างเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของสังคม

ในปัจจุบันแนวคิดด้านการชี้แนะประเด็นแก่มวลชนนั้น ได้รับความนิยมในการใช้ประโยชน์ด้านสุขภาพมากขึ้น โดยในประเด็นด้านการสูบบุหรี่ นักวิชาการทางนิเทศศาสตร์ เนียเดอแดฟปี และคณะ (Niederdeppe, Farrelly, & Wenter, 2007) ได้ศึกษาในประเด็นของการชี้แนะประเด็นการเปลี่ยนแปลงนโยบายการควบคุมยาสูบและการสูบบุหรี่ในวัยรุ่นในรัฐฟลอริดา ประเทศสหรัฐอเมริกา เพื่อศึกษาถึงการชี้แนะของสื่อในโครงการ Florida Tobacco Control Program ว่ามีส่วนช่วยในการเพิ่มการรายงานข้อมูลข่าวสารการเปลี่ยนแปลงของนโยบายและการลดการสูบบุหรี่ในวัยรุ่นหรือไม่ โดยใช้วิธีการศึกษาแบบวิเคราะห์เนื้อหาของรายงานข่าวที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ฟลอริดา โดยเปรียบเทียบรายงานข่าวก่อนและหลังการสนับสนุนของโครงการฯ ซึ่งผลปรากฏว่า รายงานข่าวที่เกี่ยวข้องกับนักเรียนนักศึกษาที่ต่อต้านการสูบบุหรี่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับหัวข้ออื่น ๆ การรายงานข่าวที่เพิ่มขึ้นมีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงนโยบายการควบคุมยาสูบของมลรัฐฟลอริดา แต่่นโยบายดังกล่าวไม่ได้ทำให้วัยรุ่นสูบบุหรี่ลดลง ดังนั้นการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพควรระมัดระวังการเลือกกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการสื่อสาร เนื่องจากนโยบายอาจมีผลต่อสุขภาพของกลุ่มเป้าหมายหรือไม่ก็ได้

สอดคล้องกับลักษณะ เดิมศิริกุลชัย (ม.ป.ป.) ที่สรุปสาระสำคัญของการชี้แนะประเด็นแก่มวลชน (Media Advocacy) ว่าเป็นกระบวนการเพิ่มพูนอำนาจของประชาชนและกลุ่มคน ทำให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมที่จะกำหนดปัญหา และหาทางออกในการแก้ไขปัญหาได้เอง อย่างไรก็ตามวิถีชีวิต การเมือง และสังคมเป็นสิ่งที่มีความสลับซับซ้อน ดังนั้นการชี้แนะประเด็นใดประเด็นหนึ่งต่อสังคม นักส่งเสริมสุขภาพต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิด กระบวนทัศน์และบทบาทจาก

นักจัดการศึกษาด้านสุขภาพมาเป็นนักจัดกระบวนการเรียนรู้โดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือ กำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับประเด็นและผู้รับสาร เพื่อให้การชี้แนะประเด็นแก่มวลชน (Media Advocacy) สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพให้แก่คนในสังคมได้อย่างแท้จริง

5. ผู้รับสารกับการโน้มน้าวใจ

5.1 ทฤษฎีการแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรม

การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจจะมีประสิทธิผลกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารได้นั้น ผู้ส่งสารต้องทำความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์ผู้รับสารได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนานวัตกรรมทางสังคม การแพร่กระจายและการยอมรับนวัตกรรมของคนในชุมชนจึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจสัมฤทธิ์ผลได้

โรเจอร์ (Rogers, 1983) ได้อธิบายถึงความหมายของการแพร่กระจาย ไว้ว่า การแพร่กระจายเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมรูปแบบหนึ่ง โดยที่การเปลี่ยนแปลงนั้นเกิดจากความคิดใหม่หรือนวัตกรรม และความคิดนั้นได้รับการยอมรับหรือนำไปปฏิบัติจากผู้คนในสังคม จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางสังคมขึ้น ซึ่งการการแพร่กระจายของความคิดใหม่นั้น อาจเกิดขึ้นผ่านการปฏิบัติทางการเมือง หรือผ่านเหตุการณ์ธรรมชาติก็ได้

5.2 องค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายของนวัตกรรม สามารถจำแนกได้

4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือวัตถุที่เป็นสิ่งใหม่ แต่การรับรู้ว่าเป็นใหม่ของแต่ละบุคคลนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไป เนื่องจากความคิด ประสบการณ์ ภูมิหลังของปัจเจกบุคคล โดยนวัตกรรมยังหมายถึงรวมถึงความรู้ หรือการพัฒนาต่อยอดสิ่งที่เคยมีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น

2. การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการแพร่กระจายนวัตกรรมไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรับรู้และเข้าใจซึ่งกันและกัน เมื่อมีบุคคลใดบุคคลหนึ่ง คิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาแล้ว ย่อมต้องใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเผยแพร่และยอมรับไปยังบุคคลอื่น ๆ ในสังคม

3. เวลา (Time) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องในกระบวนการทั้งการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม ระยะเวลาในการสร้างสรรค์นวัตกรรม

4. ระบบของสังคม (Social System) ระบบของสังคมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อกาแพร่กระจายของนวัตกรรม เนื่องจากภายในระบบของแต่ละสังคมจะประกอบไปด้วยผู้นำทาง

ความคิด ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเปิดรับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคม และยังส่งผลต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรมในสังคมหนึ่งๆ

5.3 กระบวนการในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม

เป็นกระบวนการที่ปัจเจกบุคคลใช้ในการพิจารณาและตัดสินใจในการยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ โดยโรเจอร์ (Rogers, 1983) และวิภาณี ชีลัน (2559) ได้อธิบายถึง 5 กระบวนการในการตัดสินใจว่าประกอบไปด้วยรายละเอียด ดังนี้

1. ความรู้ (Knowledge) เป็นขั้นตอนที่ปัจเจกบุคคลได้มีโอกาสเรียนรู้หรือรับรู้ว่ามีนวัตกรรมหรือคุณลักษณะแปลกใหม่ของสิ่งต่าง ๆ เกิดขึ้นใหม่ในสังคม โดยลักษณะของบุคคลอาจปรากฏออกมาใน 2 ลักษณะ คือ การกระตือรือร้น (Active) ในการเรียนรู้ แสวงหาความรู้ใหม่ เพื่อทำความเข้าใจกับนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคม กับอีกลักษณะหนึ่ง คือ การไม่กระตือรือร้น (Passive) ซึ่งอาจเกิดจากการที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายหลักของนวัตกรรมดังกล่าว หรืออาจเกิดจากทัศนคติหรือภูมิหลังที่แตกต่างกัน ทำให้ปัจเจกบุคคลไม่อยากจะเรียนรู้ในสิ่งใหม่ พอใจในสิ่งที่มีอยู่เดิม

2. การโน้มน้าวใจ (Persuasion) ในช่วงเวลานี้ ปัจเจกบุคคลจะพยายามวิเคราะห์ข้อมูลของนวัตกรรมที่ตนได้รับรู้และเรียนรู้อาเปรียบเทียบทั้งในด้านดีและไม่ดี ซึ่งในช่วงเวลานี้ สื่อบุคคลหรือผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข่าวสารต้องให้ข้อมูลข่าวสาร ใช้การโน้มน้าวใจเพื่อสร้างทัศนคติและเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับสารให้เกิดการยอมรับนวัตกรรม

3. การตัดสินใจ (Decision) เมื่อผู้รับสารหรือปัจเจกบุคคลได้รับข้อมูลจากผู้ส่งสาร ตลอดจนได้เรียนรู้นวัตกรรมแล้ว จะเกิดกระบวนการตัดสินใจที่จะเปิดรับนวัตกรรมนั้น หรือปฏิเสธที่จะรับนวัตกรรมนั้น โดยในขั้นตอนนี้ผู้ส่งสารยังคงต้องใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจให้ผู้รับสารเปิดใจและซบถงไปสู่การตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมได้

4. การดำเนินการ (Implementation) เมื่อผู้รับสารหรือปัจเจกบุคคลตัดสินใจที่จะเปิดรับและพร้อมที่จะทดลองใช้นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่แล้ว ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมนั้น ๆ เป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะทำให้บุคคลนั้นล้มเลิกหรือยืนยันที่จะยอมรับนวัตกรรม หากผู้ส่งสารสามารถเตรียมพร้อมข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมนั้นต่อตัวปัจเจกบุคคลได้อย่างชัดเจน ก็สามารถนำไปสู่การยืนยันที่จะใช้นวัตกรรมในขั้นตอนต่อไป

5. การยืนยัน (Confirmation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายเมื่อบุคคลหรือผู้รับสารได้ดำเนินการทดลองใช้นวัตกรรมแล้ว ก็จะยืนยันความคิดที่ว่า จะใช้นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่นั้นอย่างต่อเนื่อง กับ จะไม่ใช้นวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่นั้นอย่างต่อเนื่อง โดยกระบวนการเปิดรับนวัตกรรมนั้นไม่ได้หมายความว่าผู้ที่ปฏิเสธนวัตกรรมนั้นตั้งแต่ต้น จะไม่มีโอกาสในการยอมรับนวัตกรรมนั้นเลย และผู้ที่เปิดรับและตัดสินใจที่จะยอมรับนวัตกรรมนั้น จะไม่มีโอกาสที่กลับมาปฏิเสธนวัตกรรมนั้น

เช่นกัน ทั้งหมดนี้ขึ้นอยู่กับความสำคัญของนวัตกรรมนั้นต่อบุคคลในแต่ละคน และข้อมูลที่ผู้ส่งสารจัดเตรียมไว้ในการโน้มน้าวใจ

6. การสื่อสารเพื่อการรณรงค์

การรณรงค์ถือเป็นการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจประเภทหนึ่งที่มีจุดมุ่งหมายมุ่งให้ผู้คนเข้าร่วมกระทำการบางอย่างในช่วงเวลาหนึ่ง ดังนั้นการรณรงค์จึงอยู่บนพื้นฐานการสื่อสารของมนุษย์ ผู้ส่งสารการรณรงค์ต้องให้ความสัมพันธ์กับการสื่อสารระหว่างทั้งสองฝ่าย เพราะการรณรงค์ไม่ใช่การสื่อสารทางเดียว แต่เป็นการสื่อสารสองทางที่มุ่งให้ผู้รับสารลงมือกระทำหรือเข้าร่วมการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงจำแนกองค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ออกเป็น 4 องค์ประกอบ ดังนี้ (สุระชัย ชูผกา, 2562)

6.1 การวางแผนการสื่อสารเพื่อการรณรงค์

บทบาทของผู้ส่งสารเพื่อการรณรงค์นั้น มักมีบทบาทในการกำหนดเป้าหมายทิศทางและการวางแผนของโครงการ ซึ่งการกำหนดเป้าหมายถือเป็นการกำหนดการเดินทางเพื่อโน้มน้าวใจผู้รับสารให้ก้าวเดินตาม โดยจะเริ่มต้นจากประเด็นปัญหาใดปัญหาหนึ่งที่ต้องการสื่อสารให้ผู้รับสารเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารกำหนดไว้ เมื่อได้เป้าหมายแล้ว จึงเริ่มกำหนดทิศทางรายละเอียดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องประกอบร่างขึ้นมาเป็นกระบวนการวางแผนการรณรงค์ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยสำคัญ คือ

1. แผนที่การรณรงค์ เป็นหัวใจสำคัญของการกำหนดแผนงาน ประกอบไปด้วยการบอกเล่าถึงสาเหตุหรือสิ่งที่มุ่งพัฒนา การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และเครือข่ายที่มุ่งหวังให้เข้าร่วมกับแผนงานในด้านต่าง ๆ การกำหนดกลยุทธ์ในการรณรงค์และกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย แผนที่การรณรงค์ต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่มุ่งให้เกิดผลสำเร็จ โดยระบุให้ชัดเจนว่าจะสื่อสารและดำเนินกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างไร

2. แผนงานการรณรงค์ เป็นเรื่องของการกำหนดลักษณะการดำเนินงานของกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ตามแผนที่การรณรงค์กำหนดขึ้น ซึ่งต้องมีการกำหนดแนวทางในการบูรณาการแผนงานที่เกี่ยวข้องผ่านชุดคำถามสำคัญ ได้แก่

- 2.1 การนำเสนอเนื้อหาหลักที่มุ่งทำการสื่อสารเพื่อการรณรงค์เป็นเรื่องเกี่ยวกับอะไร

- 2.2 เนื้อหาการรณรงค์มุ่งจะสื่อสารออกไปในช่วงเวลาใด

- 2.3 การรณรงค์ใช้สื่อใดเป็นตัวนำ

- 2.4 ใครควรเป็นผู้ออกแบบและประสานงานสื่อ

- 2.5 การรณรงค์ต้องใช้กิจกรรมอะไรบ้าง และมีลำดับของกิจกรรมอย่างไร

- 2.6 ฯลฯ

จากข้อความดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าการวางแผนงานเพื่อการรณรงค์นั้น ผู้ส่งสารต้องมีความรู้ความเข้าใจในตัวผู้รับสารเป็นอย่างดี ว่าผู้รับสารหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นใคร มีลักษณะทางประชากร มีทัศนคติ พฤติกรรมอย่างไร ซึ่งสามารถทราบได้จากการศึกษาวิจัยหรือ การค้นคว้าหาข้อมูลอย่างละเอียดรอบคอบจนได้มาซึ่งข้อมูลที่เพียงพอต่อการวางแผน หลังจากนั้น ผู้ส่งสารจึงค่อยวางแผนงานการรณรงค์โดยการแบ่งงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องให้ชัดเจน และ มีการกำหนดกรอบเวลาในการนำเสนอ สื่อสารเรื่องต่าง ๆ อย่างเป็นลำดับขั้นตอน จึงจะทำให้ แผนการรณรงค์ถูกผลักดันให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การกำหนดเนื้อหาสารเพื่อการรณรงค์นั้น ผู้ส่งสารต้องพยายามจับกระแส ความคิด อารมณ์ความรู้สึก และความนิยมต่าง ๆ ของผู้รับสาร เพื่อนำมาใช้ในการคิดค้นและ ออกแบบสารให้เหมาะสมและสอดคล้องกับผู้รับสาร โดยการกำหนดเนื้อหาสารเพื่อการรณรงค์นั้น ต้องเน้นสารที่สามารถโน้มน้าวใจ สามารถชักชวนให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ความรู้สึกร่วม ซึ่งการจะ กำหนดเนื้อหาสารเพื่อการรณรงค์ให้มีประสิทธิภาพนั้น ผู้ส่งสารต้องวิเคราะห์ผู้รับสารอย่างลึกซึ้ง ค้นหาจุดดึงดูด จุดสนใจ แรงจูงใจในการรับข้อมูลข่าวสารให้ได้

เนื้อหาสารเพื่อการรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบไปด้วยเนื้อหาที่เป็น ลักษณะเรื่องเล่าที่มีลำดับความเป็นมา ทำให้รู้สึกถึงความเป็นจริง สัมผัสกับความรู้สึกของผู้รับสารได้ เป็นอย่างดี มีข้อมูลสนับสนุนที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและเรียกร้องความสนใจจนเกิด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและต้องการเข้าร่วมกับแนวทางการรณรงค์ นอกจากนี้ เนื้อหาของ การรณรงค์ยังต้องมีลักษณะของการนำเสนอทางออกในการแก้ไขปัญหาเอาไว้ชัดเจน

เมื่อได้เนื้อหาสารที่เหมาะสมแล้ว การเลือกใช้สื่อที่สอดคล้องกับพฤติกรรมและ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของผู้รับสาร ก็เป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ส่งสารต้องวางแผนงานการรณรงค์ใน ประเด็นด้านเครื่องมือสื่อสารอย่างรอบคอบ เนื่องจากสื่อแต่ละประเภทมีจุดเด่นและจุดด้อยที่แตกต่าง กันดังที่ได้กล่าวไว้ในส่วนการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจแล้ว ในประเด็นการวางกลยุทธ์ช่องทาง การสื่อสารเพื่อการรณรงค์นั้น ผู้ส่งสารสามารถบูรณาการสื่อรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างผลกระทบของ การรณรงค์ให้เกิดขึ้นเป็นวงกว้างและมีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้ โดยเน้นย้ำในประเด็นการเลือกใช้ ช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสมกับช่วงเวลาและวัฏจักรในการบริโภคสื่อของผู้รับสารเป็นสำคัญ

6.2 กลยุทธ์การรณรงค์ทางสังคม

การรณรงค์ทางสังคมมีจุดมุ่งหมายสำคัญที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทาง ความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมของคนในสังคมที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ตลอดจนเป็นการสื่อสาร เพื่อสร้างสำนึกทางสังคมที่มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนั้นการรณรงค์ ทางสังคมจึงเป็นประเด็นที่ครอบคลุมและเกี่ยวเนื่องการทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งหน่วยงานภาครัฐและ ภาคเอกชน ภาคประชาชน นอกจากนี้การรณรงค์ทางสังคมยังครอบคลุมถึงการสื่อสารเพื่อสร้าง

อุดมการณ์ใหม่ ที่มุ่งสื่อสารเพื่อขยายความเชื่อในด้านใดด้านหนึ่งให้ประชาชนเกิดความยอมรับ ปรับเปลี่ยนระบบความเชื่อ ความคิด เกี่ยวกับเรื่องทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม โดยการรณรงค์ทางสังคมมีข้อแตกต่างกับการรณรงค์ทางการตลาดและการรณรงค์ทางการเมืองอย่างชัดเจน คือ ความมุ่งมั่นให้เกิดความสมัครใจ ร่วมมือร่วมใจในการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งของประชาชน โดยไม่ได้มีผลประโยชน์ส่วนตัวต่อผู้ใดผู้หนึ่ง โดยจะวัดผลจากคุณภาพของสภาพแวดล้อมทางสังคมเป็นสำคัญ ซึ่งการจะปรับเปลี่ยนสิ่งใด ๆ ของประชาชนจำนวนมากในสังคมได้นั้น ผู้ส่งสารเพื่อการรณรงค์ต้องอาศัยกลยุทธ์หลากหลายรูปแบบเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด โดยกลยุทธ์ที่นิยมใช้อย่างกว้างขวาง มี 2 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ (สุระชัย ชูผลกา, 2562)

1. กลยุทธ์การสร้างชุมชนเครือข่ายทางสังคม เป็นการใช้ความร่วมมือของแกนนำเครือข่ายทางสังคมต่าง ๆ ขยายแนวร่วมเพื่อสร้างภาคีสมาชิกให้มีขนาดใหญ่ โดยมีวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อขับเคลื่อนการสื่อสารประเด็นการรณรงค์ทางสังคมจนนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ การสร้างชุมชนเครือข่ายนี้สามารถจัดตั้งขึ้นได้ในลักษณะของชุมชนเชิงพื้นที่ ชุมชนเชิงประเด็นปัญหา โดยมีการจัดวางระบบการติดต่อสื่อสารที่ดีและเหมาะสมกับบริบทแวดล้อม มีแกนนำและผู้ประสานงานที่คอยขับเคลื่อนกิจกรรมตามทิศทางและเป้าหมายของการรณรงค์ทางสังคมนั้น ซึ่งแกนนำเครือข่ายชุมชน ต้องประกอบไปด้วยความหลากหลายทางอาชีพ ชนชั้น และอายุ เพื่อเป็นการกระจายอำนาจทางความคิด

กลยุทธ์ดังกล่าวนี้ มีความสำคัญและสามารถสร้างผลสัมฤทธิ์ที่พึงประสงค์ได้ อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากการรณรงค์ทางสังคมจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องใช้ระยะเวลาที่ต่อเนื่องในการมุ่งปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของประชาชน ตลอดจนต้องอาศัยความร่วมมือจากชุมชนเครือข่ายเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาสังคมนั้นเกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่า ตลอดจนจำเป็นต้องมีการติดตามประเมินผลรูปแบบการรณรงค์ กิจกรรมที่ใช้ การพัฒนาโครงการต่อไปในอนาคต ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยการสร้างเครือข่ายชุมชนเพื่อช่วยกันอุดหนุนส่งเสริมจนเกิดการเปลี่ยนแปลง และยังสามารถคงอยู่ได้ ภายใต้การขับเคลื่อนกิจกรรมอย่างต่อเนื่องของชุมชน อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นอย่างยั่งยืน

2. กลยุทธ์การปลุกเร้าทางสังคม เป็นแนวทางในการรณรงค์ผ่านการสร้างเหตุการณ์ที่แตกต่างไปจากวิถีชีวิตโดยทั่วไปของประชาชนในสังคม เพื่อให้ประชาชนได้ตระหนักในประเด็นของการรณรงค์ เนื่องจากปัญหาในสังคมจำนวนมากถูกมองว่าเป็นเรื่องที่ไกลตัว ไม่มีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสิทธิของผู้คน พฤติกรรมการกินอยู่ หรือแม้กระทั่งการสูบบุหรี่ในวัยรุ่น ดังนั้นผู้ส่งสารการรณรงค์จึงต้องพยายามหาหนทางในการปลุกเร้าความสนใจของประชาชนให้ตระหนักถึงประเด็นปัญหา มุ่งสื่อสารเพื่อสร้างผลกระทบในวงกว้างและ เป็นรูปธรรม

ดังนั้น การปลูกเร้าทางสังคม จึงต้องเสนอข้อมูลที่เป็นจริงในระดับที่ปัจเจกบุคคลสามารถจับต้องได้ เข้าถึงได้ รู้สึกใกล้ชิด และมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาได้ โดยปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยให้การปลูกเร้าทางสังคมประสบผลสำเร็จได้ คือ การเข้ามามีส่วนร่วมของสื่อมวลชน เนื่องจากจะสามารถช่วยให้การกระจายข้อมูลข่าวสาร ประเด็นปัญหาต่าง ๆ กระจายไปยังผู้รับสารได้เป็นวงกว้าง แต่ข้อควรระวังคือ ควรใช้กลยุทธ์ดังกล่าวในลักษณะมุ่งระดมสื่อสารสาธารณะและสื่อมวลชนให้เกิดความสนใจและยินดีให้ความร่วมมือกับการรณรงค์ หลีกเลี่ยงการซื้อสื่อ เพราะอาจทำให้เป้าหมายของการรณรงค์ทางสังคมเปลี่ยนแปลงได้

การรณรงค์ มีลักษณะและประเด็นสำคัญที่คล้ายคลึงกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจเป็นอย่างมาก แต่สิ่งที่เพิ่มเติมกับการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจนั้น คือ กลุ่มเป้าหมายของการรณรงค์ เนื่องจากการรณรงค์เป็นการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่มุ่งหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านพฤติกรรม ทศนคติ การรับรู้ หรือเป้าประสงค์อื่น ๆ กับประชาชน หรือกลุ่มคนขนาดใหญ่ ดังเช่นโครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ซึ่งได้ขับเคลื่อนโครงการในประเทศไทยมาเป็นเวลานานนับทศวรรษ อย่างไรก็ตามการรณรงค์ที่ผ่านมานั้นเป็นกิจกรรมที่สิ้นสุดในช่วงเวลาใดช่วงเวลาหนึ่ง แต่การออกแบบแนวคิดการสื่อสารที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนได้ โดยชุมชนกำหนดพื้นที่ขอบเขตการสื่อสารและสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดการขยายผลไปสู่ชุมชนอื่น ๆ ซึ่งเป็นกระบวนการที่จะนำเอามาใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนานวัตกรรมทางสังคม

7. การสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (TOC) คือ แผนภาพหรือคำอธิบายที่เป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับกลยุทธ์ เจอเนซิส และทรัพยากรที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบรรลุผล ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงช่วยให้บุคลากรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนเข้าใจว่ากิจกรรมที่สร้างขึ้นจะสามารถเปลี่ยนแปลงโลกได้อย่างไร ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่มักใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบและประเมินโครงการ โดยแผนภาพ TOC อาจเหมือนหรือต่างกันเพียงเล็กน้อยกับ Logical Framework แต่ก็มี ความแตกต่างกันในรายละเอียด (Analytics in Action Ltd., 2020; Shannon Sharp, 2021; The Australian Institute of Family Studies, 2021; The Tangata Whenua Community & Voluntary Sector Research Centre, 2020; Tola Data, 2021) ดังนี้

ตาราง 1 แสดงความแตกต่างของกรอบเหตุผลสัมพันธ์ กับ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง

กรอบเหตุผลสัมพันธ์ (Logical Framework)	ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change)
Logical Framework มักใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามและประเมินผล	TOC มักใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบและประเมินผลโครงการ
Logical Framework มักจะถูกสร้างขึ้นหลังจากโครงการได้รับการพัฒนาแล้ว โดยคำถามที่ใช้ในการพัฒนา Logical Framework คือ ถ้าวางแผนที่จะทำกิจกรรม A สิ่งนั้นจะทำให้เกิดผลลัพธ์ B หรือไม่?	TOC มักถูกสร้างก่อนเริ่มโครงการ โดยวิธีคิดจะเริ่มจากบนลงล่าง หมายความว่า จะต้องระบุเป้าประสงค์ (Outcome) ก่อน จากนั้นจึงคิดย้อนกลับเพื่อกำหนดเส้นทางผลลัพธ์ (Output) และปัจจัยที่เหมาะสมในการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้น
กระบวนการออกแบบ Logical Framework มักดำเนินการโดยบุคลากรในองค์กร	กระบวนการออกแบบ TOC ส่งเสริมให้บุคลากรทุกระดับชั้น กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้รับผลประโยชน์เข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมักใช้ระยะเวลาในการออกแบบนานและซับซ้อน แต่เมื่อดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว TOC จะช่วยสนับสนุนการพัฒนาวิถกรรมการมององค์กร และช่วยปรับปรุงโครงการต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น
Logical Framework และ TOC มีชื่อขององค์ประกอบที่เหมือนกัน คือ ผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลลัพธ์ (Output) กิจกรรม (Activity) ปัจจัยนำเข้า (Input)	

7.1 ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (TOC) ทำอย่างไร

เนื่องจากเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการพัฒนาแผนการเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในอนาคต กระบวนการทำ TOC จะให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดผลกระทบ (Impact) ร่วมกันในลำดับแรก เพื่อสร้างเป้าหมายที่บุคลากรทั้งหมดเห็นภาพร่วมกัน จากนั้นจึงมองย้อนกลับมาที่ระดับชั้นว่าการจะนำพาองค์กรไปสู่ผลกระทบนั้น จะได้ประกอบไปด้วยเป้าประสงค์ (Outcome) อะไรบ้าง ในแต่ละเป้าประสงค์ (Outcome) จะบรรลุผลสำเร็จได้ต้องประกอบไปด้วยผลลัพธ์ (Output) อะไรบ้าง ซึ่งผลลัพธ์ (Output) ในแต่ละผลลัพธ์ จะต้องมียุทธศาสตร์นำเข้า (Input) อะไรบ้าง ซึ่ง TOC จะนำเสนอในรูปแบบของแผนภาพ (Diagram) เพื่อให้บุคลากรทุกคนเข้าใจภาพรวมอย่างรวดเร็ว สามารถนำไปต่อยอดเพื่อวางแผนได้อย่างละเอียดอีกด้วย (อริเจษ มงคลโสฬส และคณะ, 2564)

กระบวนการในการจัดทำทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (TOC) จากการถอดบทเรียนของการวิจัยเรื่อง การประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ความปลอดภัยของผู้ป่วยและบุคลากรสาธารณสุข พ.ศ. 2561-2564 โดยทีมวิจัยจากโครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ (HITAP) พบว่ากระบวนการในการจัดทำทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง จะเริ่มต้นจากการเชิญประชุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าร่วมประชุมโดยอาจแบ่งกลุ่มตามความเหมาะสม จากนั้นทีมวิจัยจะอธิบายองค์ประกอบของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงให้ผู้เข้าร่วมประชุมเข้าใจอย่างชัดเจน แล้วจึงให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ร่วมกันกำหนดผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลลัพธ์ (Output) และปัจจัยนำเข้า (Input) ทีละขั้น ตอน ผ่านกระบวนการระดมสมอง (Brainstorming) กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนที่เข้าร่วมประชุม จนได้แผนภาพ TOC ซึ่งจะช่วยให้การดำเนินงานระหว่างสถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน) กับโรงพยาบาลต่าง ๆ เห็นเป้าหมาย และภาพรวมของการดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการดำเนินงานในอนาคต นอกจากนี้กระบวนการจัดทำ TOC ยังส่งเสริมให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมกันกำหนดเป้าหมาย และองค์ประกอบที่เชื่อมโยงซึ่งกันและกัน นำไปสู่ทิศทางการขับเคลื่อนนโยบายของหน่วยงาน (วิลาวรรณ ล้วนคงสมจิตร และคณะ, 2565)

แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม เป็นประเด็นที่ได้รับการกล่าวถึงนับตั้งแต่ปี ค.ศ.1960 และได้รับการยอมรับแล้วว่าเป็กระบวนการที่ช่วยให้เกิดการพัฒนาดได้ การมีส่วนร่วม เป็นกระบวนการที่คนหลายคนมีความคิดที่สอดคล้องกัน จึงร่วมกันทำกิจกรรมหรือปฏิบัติการกิจเพื่อสร้างประโยชน์ให้เกิดขึ้นต่อตนเองและส่วนรวม

การมีส่วนร่วมนั้น ก่อให้เกิดการประสานพลังของคนหลายคนเข้าด้วยกัน โดยมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกัน ทำให้สามารถสร้างโอกาสและมีอำนาจในการต่อรองได้มากกว่า ไม่เพียงเท่านั้น การมีส่วนร่วมยังก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ การแลกเปลี่ยนความคิด สามารถสร้างความรู้และก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ได้มากขึ้น อีกทั้งเมื่อเป็นการร่วมกันคิด ร่วมกันทำแล้ว จึงก่อให้เกิดประโยชน์ร่วมกัน และสร้างสำนึกการรับผิดชอบร่วมกันได้ ดังนั้นการมีส่วนร่วมจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญซึ่งถูกหยิบยกขึ้นมาใช้ในการพัฒนาในด้านต่าง ๆ อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน

กระบวนการมีส่วนร่วมจะประสบความสำเร็จได้ มีปัจจัยที่สำคัญ อยู่ 3 ประการ คือ

- 1) ประชาชนทุกคนต้องมีสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียม
- 2) ประชาชนทุกคนย่อมสามารถลงมือปฏิบัติหรือมีส่วนร่วมในระดับใดก็ได้ตามความสามารถ
- 3) ประชาชนทุกคนต้องเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วม และมีความเต็มใจในการร่วมมือกัน

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบสำคัญที่จะช่วยให้การมีส่วนร่วมประสบความสำเร็จ คือ การสื่อสาร เนื่องจากการสื่อสารเป็นกระบวนการสำคัญที่เชื่อมโยงให้คนหลายคนเข้าใจวัตถุประสงค์ลงมือปฏิบัติจนประสบผลสำเร็จ อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยในการเผยแพร่ สร้างโอกาส ต่อรองให้กับผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมอีกด้วย (กมลรัฐ อินทรทัศน์, 2558; พนิดา จงสุขสมสกุล, 2564ก)

1. การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

1.1 วิวัฒนาการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เป็นการค้นคว้าหาความรู้ร่วมกันระหว่างผู้วิจัยกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนา เพื่อให้ผลของการวิจัยสามารถนำไปปฏิบัติใช้ได้จริง โดยมีวิวัฒนาการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ดังนี้ (ชอบ เข้มกลัด, 2547)

แนวคิดระยะที่ 1 หรือที่เรียกว่า ยุคดั้งเดิม แนวคิดและวิธีการปฏิบัติของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมในยุคนี้ สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาแบบกระแสหลัก กล่าวคือ มุ่งเน้นความเจริญของวัตถุ ไม่ตระหนักถึงองค์ความรู้หรือความสำคัญของกลุ่มเป้าหมาย ประชาชนในชุมชนถูกมองว่าเป็นคนที่ไม่มีความสามารถที่จะพัฒนาตนเองได้ รอคอยเพียงความช่วยเหลือและคำสั่งจากส่วนกลางเท่านั้น ผู้วิจัยในฐานะคนนอกจึงเป็นคนวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์ กลุ่มเป้าหมายเป็นเพียง “ผู้ถูกวิจัย” เท่านั้น ด้วยเหตุนี้การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมในยุคดังกล่าวจึงไม่ประสบความสำเร็จ ไม่สามารถพัฒนาชุมชนหรือสังคมได้ เพราะไม่เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง องค์ความรู้ทั้งภายในและโดยรอบชุมชนถูกมองข้ามไป ประชาชนในชุมชนก็ขาดจิตสำนึกในการพัฒนาตนเอง ดังนั้นองค์ความรู้ที่ได้รับจึงไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

แนวคิดระยะที่ 2 ช่วงการพัฒนาออกมาในลักษณะก้าวหน้าขึ้น การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมในช่วงดังกล่าว ได้รับอิทธิพลจากสภาพความเปลี่ยนแปลงทางสังคม หน่วยงานภาครัฐและนักวิจัยเห็นความสำคัญของประชาชนมากขึ้น ดังนั้นจึงเกิดการร่วมมือทั้งปราชญ์ชาวบ้าน ประชาชนทั่วไป หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้า และร่วมกันพัฒนาเพื่อแก้ปัญหา ให้ตรงประเด็นและเกิดประสิทธิผล ตลอดจนเป็นการศึกษาวิจัยที่ส่งเสริมการเรียนรู้ให้กับประชาชนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม แนวคิดระยะที่ 1 ก็ยังไม่ได้ลบล้างไปเสียทั้งหมด นักวิจัยยังคงมีแนวคิดที่มองว่าประชาชนยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ จึงต้องให้การอุปถัมภ์ดูแลอย่างใกล้ชิด

แนวคิดระยะที่ 3 เพื่อให้เกิดการพัฒนาชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต การศึกษาจึงเป็นรูปแบบของการปลดปล่อย (Liberating) มุ่งเน้นต่อการสนับสนุนให้ประชาชนเกิดความเป็นประชาธิปไตยมากที่สุด โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมอย่างเท่าเทียมกันในการเรียนรู้ ลงมือปฏิบัติและแก้ไขปัญหาาร่วมกัน ทั้งนี้การวิจัย ชำระวิชาการในท้องถิ่น

ประชาชน ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ฯลฯ ทำให้การศึกษาเป็นการพิจารณาแบบองค์รวม และไม่ละเลยต่อบริบทและสภาพที่แท้จริงของชุมชน ทำให้ความรู้ใหม่ที่ได้รับนั้นสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้สูงสุด นอกเหนือจากความรู้ใหม่ที่ได้รับแล้ว ประชาชนยังเกิดความตระหนักในศักยภาพของตนเอง สร้างแรงจูงใจให้เกิดความรักและจิตสำนึกในการพัฒนาชุมชนของตน การวิจัยในระยษะนี้กล่าวได้ว่า มุ่งเน้นการพัฒนาคนที่เป็นศูนย์กลางตามหลักการของประชาธิปไตย

สอดคล้องกับ แดนเลย์และเอลลิสัน (Danley & Ellison, 1999) ที่อธิบายวิวัฒนาการของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ว่า พัฒนาขึ้นกระบวนทัศน์การวิจัยแบบทางเลือกที่เห็นแย้งกับกระบวนทัศน์การวิจัยแบบกระแสหลักหรือวิทยาศาสตร์ ที่เชื่อว่าความเที่ยงของการวิจัยนั้น จะเกิดขึ้นได้ต้องทำให้กระบวนกรวิจัยมี “ความบริสุทธิ์” ปราศจาก “อคติ” ของมนุษย์ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ดังนั้นในกระบวนทัศน์การวิจัยแบบกระแสหลัก อาสาสมัครจึงไม่สามารถเป็นนักวิจัยได้ เนื่องจากอาสาสมัครจะมีอคติในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ในทางตรงกันข้าม กระบวนทัศน์การวิจัยแบบทางเลือกกลับเชื่อว่าการทำความเข้าใจความหมายของสถานการณ์ใด ๆ ก็ตาม คือ การทำความเข้าใจกับ “คน” ที่อยู่ในสถานการณ์นั่นเอง ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นอาสาสมัครหรือคนที่อยู่ในสถานการณ์ดังกล่าวควรเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาและตีความ

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม นั้น มีความแตกต่างจากวิธีการวิจัยรูปแบบอื่น ๆ โดยมุ่งเน้นการทำให้นักวิจัยสามารถลงพื้นที่ไปปฏิบัติการร่วมกับคนในชุมชนในลักษณะที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ซึ่งหัวใจของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม คือ การที่นักวิจัยและคนในชุมชนนั้น มองเห็นปัญหาผ่านมุมมองเดียวกัน เรียนรู้ เข้าใจ และปรับปรุงกระบวนกรปฏิบัติการร่วมกัน ซึ่งกระบวนกรวิจัยนั้น ต้องคำนึงถึงบริบทของสังคม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิหลังของท้องถิ่นด้วย (Baum, MacDougall, & Smith, 2006) อย่างไรก็ตาม การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เป็น “วิธีการ (approach)” ไม่ใช่ “ระเบียบวิธี (method)” ซึ่งภายในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม นั้น อาจจะมีระเบียบวิธีที่แตกต่างกัน มีวิธีการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกัน เช่น การสนทนากลุ่ม (group discussion) การสัมภาษณ์ (interviews) การวิเคราะห์ชุดข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์ (computer analysis of datasets) เป็นต้น (Pain, Whitman, & Milledge, 2011)

โดยในช่วงปี ค.ศ.1990 มีการนำการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมมาใช้ในการวิจัยด้านสุขภาพมากขึ้น และผลการวิจัยยืนยันว่า PAR มีประโยชน์ในการวิจัยด้านสุขภาพของชนพื้นเมืองทั้งในระดับสากลและในประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากเป็นการลดการเอาเปรียบและการปฏิบัติอย่างไม่สุภาพจากนักวิจัย และการบิดเบือนความเป็นจริงของสังคมชนพื้นเมืองจากนักวิจัยหรือนักวิชาการที่ไม่ใช่ชนพื้นเมือง (Davis & Reid, 1999; Hecker, 1997; Henry et al., 2002; Herbert, 1996; Kavanagh, Daly, & Jolley, 2002)

1.2 ขั้นตอนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

ลำดับขั้นตอนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้น โดยทั่วไปประกอบไปด้วย 8 ขั้นตอน อย่างไรก็ตามการศึกษาวิจัยในแต่ละประเด็นและบริบท อาจไม่จำเป็นต้องเรียงลำดับตามขั้นตอนเสมอไป โดยรายละเอียดของแต่ละขั้นตอนมีดังต่อไปนี้ (Watters, Comeau, & Restall, 2010)

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกประเด็นปัญหา

ก่อนเริ่มการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ต้องสำรวจประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมนั้นให้กระจ่างแจ้งเสียก่อน โดยประเด็นปัญหาดังกล่าวนี้น่าจะนำมาซึ่งคำถามนำวิจัยและเป้าหมาย (Outcome) ของการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจน ตลอดจนควรสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการเลือกประเด็นปัญหาที่ต้องการแก้ไข และจำแนกปัญหาดังกล่าวออกอย่างละเอียด เพื่อกำหนดเป้าหมายและวิธีการแก้ไขอย่างตรงจุด

ขั้นตอนที่ 2 เลือกผู้เข้าร่วมวิจัย

เมื่อกำหนดคำถามและเป้าหมายของการวิจัยได้อย่างชัดเจนแล้ว การคัดเลือกบุคลากรและชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการวิจัยจึงเป็นประเด็นสำคัญ โดยทั่วไปแล้วนักวิจัยจะมีบทบาทในฐานะผู้เชี่ยวชาญในวิธีการวิจัย การพัฒนาระบบ การรวบรวมวิเคราะห์ข้อมูล และการสรุปผล อย่างไรก็ตามผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับประเด็นปัญหาดังกล่าว ควรเป็นผู้ตัดสินใจว่าจำเป็นต้องใช้ความรู้ความสามารถของนักวิจัย “ภายนอก” เพื่อเข้ามาเป็นทีมวิจัยหรือไม่ ตลอดจนการพิจารณาหาภาคีเครือข่ายที่จะเป็นพันธมิตรในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวร่วมกัน ดังนั้นการวางแผนและกำหนดผู้ที่จะเข้ามามีส่วนร่วมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อให้การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมสามารถก้าวไปได้

ขั้นตอนที่ 3 การระดมทุน

การทำวิจัยในแต่ละโครงการ มีต้นทุนการวิจัยที่แตกต่างกัน จึงเป็นเรื่องปกติที่ทีมวิจัยจะต้องพิจารณาหาแหล่งเงินทุนสนับสนุนเพื่อช่วยเหลือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ดังนั้นการที่ทีมวิจัยมีนักวิจัยที่มีประสบการณ์การทำวิจัยมายาวนาน จะช่วยให้เกิดความสัมพันธ์และความรู้ในประเด็นการแสวงหาทุนวิจัยได้เป็นอย่างดี ตลอดจนการปรับแต่งข้อเสนอของโครงการ ระยะเวลา และเอกสารต่าง ๆ ให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่แหล่งเงินทุนกำหนด

ขั้นตอนที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย

การเลือกระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย มีความแตกต่างกัน ดังนั้นทีมวิจัยต้องออกแบบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากร กลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และอื่น ๆ ให้เหมาะสมกับประเด็นในการศึกษา เช่น การสัมภาษณ์ จะมีประโยชน์เมื่อต้องการข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประวัติหรือมุมมองของคนในชุมชน แต่ก็อาจไม่ได้ข้อมูลในปริมาณมากเท่ากับการใช้วิธีการสำรวจ เป็นต้น นอกจากนี้ ระเบียบวิธีวิจัย ยังเป็นการจัดระเบียบว่าใครในทีมวิจัยจะเป็นผู้เก็บข้อมูลในแต่ละส่วน เพื่อป้องกันการสับสนในภายหลัง

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์และตีความข้อมูล

เมื่อเลือกใช้วิธีการที่เหมาะสมที่สุดในการเก็บข้อมูลแล้ว ทีมวิจัยก็ต้องตัดสินใจที่จะใช้วิธีการที่เหมาะสมในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาเช่นกัน และเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่จะให้ผู้แทนชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนนี้ เพราะชุมชนมีบทบาทสำคัญในการช่วยตีความข้อมูลที่ได้รับจากการเก็บข้อมูล และขั้นตอนการวิเคราะห์ตีความข้อมูลนี้จะช่วยให้ทีมวิจัยสามารถระบุปัญหาและวิธีการแก้ไขได้อย่างเป็นเหตุเป็นผลมากขึ้น

ขั้นตอนที่ 6 การนำเสนอผลลัพธ์

เมื่อทีมวิจัยวิเคราะห์และตีความข้อมูลทั้งหมดเสร็จสิ้นแล้ว ก็จะต้องตัดสินใจว่าจะนำเสนอผลการวิจัยอย่างไรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางบวกมากที่สุด การสื่อสารที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แต่ละกลุ่มควรเป็นอย่างไร

ขั้นตอนที่ 7 การดำเนินการ

การดำเนินการ (Taking Action) กับผลลัพธ์ของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเป็นขั้นตอนที่สำคัญ การดำเนินการ (Taking Action) หมายถึง การทำข้อสรุปผลการศึกษาและสื่อสารไปยังชุมชน โน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งวิธีการดำเนินการก็จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบริบท บางครั้งอาจต้องใช้สื่อนำเสนอเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง หรือการกล่าวสุนทรพจน์ในการประชุมที่เกี่ยวข้องกับการเมือง ซึ่งการสื่อสารในวิธีการที่แตกต่างกัน ย่อมมีอิทธิพลต่อกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

ขั้นตอนที่ 8 การประเมินผล

ขั้นตอนนี้เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงกระบวนการทั้งหมดของโครงการตั้งแต่เริ่มต้น ซึ่งอาจสะท้อนได้ทั้งในมุมที่ประสบความสำเร็จ และมุมที่ไม่ประสบความสำเร็จ โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนี้เป็นกระบวนการที่เป็นวัฏจักรและมีพลวัต ในแต่ละขั้นตอนที่ดำเนินการจะส่งผลกระทบต่อเนื่องในขั้นตอนถัดไป ดังนั้นทีมวิจัยจึงสามารถประเมินผลในแต่ละขั้นตอนได้อย่างต่อเนื่อง เพราะการตัดสินใจแก้ไขในระหว่างขั้นตอนจะส่งผลให้การดำเนินการในขั้นตอนต่อไปเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม

เคซี แมคโดนัลด์ (MacDonal, 2012) ได้อธิบายถึงวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม 3 วิธีที่นิยมใช้อย่างแพร่หลาย คือ

2.1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งโดยทั่วไปแล้วการสนทนากลุ่มจะประกอบไปด้วย 7 – 12 คนที่มีลักษณะเฉพาะหรือเกี่ยวข้องกับประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยจำนวนที่ไม่มากเกินไปและไม่น้อยเกินไปนี้จะช่วยให้เกิดสภาพแวดล้อมสำหรับการสื่อสารที่ดี ช่วยเพิ่มศักยภาพในการถ่ายทอดข้อมูลอันเป็นประโยชน์กับประเด็นที่ต้องการศึกษาค้นคว้า ซึ่งการสนทนากลุ่มในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้น ผู้เข้าร่วมการสนทนาทุกคนจะได้รับโอกาสในการสื่อสารที่เท่าเทียมกัน ตลอดจนได้รับการเปิดรับ การยอมรับ และการเห็นถึงคุณค่าด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การใช้วิธีการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมร่วมกับการสนทนากลุ่มนั้น จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) ถือเป็นรูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ และเป็นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้กันโดยทั่วไปในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยจะทำหน้าที่เก็บบันทึกข้อมูลพฤติกรรมของผู้ให้ข้อมูล และกลายเป็นส่วนหนึ่งของบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นในขณะที่มีการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น กล่าวคือ ผู้วิจัยในฐานะผู้สังเกตการณ์ไม่ได้เพียงสังเกตในลักษณะบุคคลภายนอกเท่านั้น แต่ผู้วิจัยจะเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรม สถานการณ์ที่เหมาะสม โดยผ่านการจดบันทึกอย่างเป็นระบบ มีรายละเอียดในเชิงลึกและครอบคลุม อันเป็นผลให้ผู้วิจัยจะได้รับมุมมองที่เปิดกว้างขึ้นจากสถานการณ์หรือประเด็นปัญหาที่ต้องการศึกษา

2.3 การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นหนึ่งในวิธีการที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ของมนุษย์ และเป็นวิธีการหนึ่งที่ได้รับคามนิยมในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เป็นการสื่อสารในรูปแบบการพูดสนทนาตอบโต้ระหว่างผู้วิจัยกับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยทั้งผู้วิจัยและผู้ให้สัมภาษณ์จะเกิดกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกันตลอดระยะเวลาการสัมภาษณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ผู้ให้สัมภาษณ์จะได้รับการกระตุ้นให้มีส่วนร่วมทั้งในการพัฒนาแนวคำถาม ตลอดจนการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่แนวคำถามในการสัมภาษณ์จะต้องถูกกำหนดอย่างรอบคอบเพื่อให้ผู้ให้สัมภาษณ์มีโอกาสสูงสุดในการนำเสนอเหตุการณ์และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในมุมมองของตนเอง

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเหมาะสมกับการศึกษาในหลากหลายสาขาวิชา เช่น การศึกษา สุขภาพ การพัฒนาชุมชน การพัฒนาองค์กร การเกษตร อุตสาหกรรม เป็นต้น เนื่องจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม มุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับความร่วมมือผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ดังนั้น การรวมการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเข้ากับการศึกษาวิจัยอื่น ๆ จะช่วยจัดการกับปัญหาความไม่เท่าเทียมกันที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมทางสังคม เนื่องจากความสอดคล้องของกระบวนการและเป้าหมายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งให้ประชาชนในชุมชนหรือสังคมเกิดความตระหนักในปัญหาและร่วมมือกันแก้ไขปัญหาด้วยตนเอง โดยที่ผู้วิจัยมีบทบาทเป็นเพียงสื่อกลางในการอำนวยความสะดวกและเรียนรู้ร่วมกันกับคนในชุมชน

แนวคิดทางสังคมศาสตร์

1. องค์ความรู้เกี่ยวกับบุหรี

บุหรี หรือ ยาสูบ อยู่คู่กับสังคมไทยมาอย่างยาวนานนับศตวรรษ จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันและวัฒนธรรมในบางท้องถิ่น นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ และฉัตรสุมน พงศภูมิโยธ (2560) ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาถึงยาสูบในประเทศไทย ว่าไม่สามารถหาหลักฐานที่แน่ชัดว่า ยาสูบเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่เมื่อใด แต่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ประเภทลายลักษณ์อักษรที่ทำให้เชื่อได้ว่ายาสูบนั้นมีในประเทศไทยมากกว่า 300 ปีแล้ว จากบันทึกของแพทย์สอนศาสนาในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช บันทึกไว้เมื่อเข้ามาในประเทศไทยว่า คนไทยสูบบุหรี่กันทั่วไป มีชาวเปอร์เซียเป็นผู้นำเข้ายาสูบมาในราชอาณาจักร การสูบบุหรี่ของคนไทยนั้น สามารถแบ่งออกได้ 3 วิธี คือ 1) การเอาใบยาสูบหั่นเป็นเส้นแล้วมวนด้วยกระดาษ จะเรียกว่า “บุหรี” 2) การเอาใบยาสูบหั่นเป็นเส้นใส่ในปลายกล้องยาแล้วสูบ เรียกว่า “ไปป์” 3) การเอาใบยาสูบมาพันกันไปมาจนเป็นมวนโต เรียกว่า “ซิการ์”

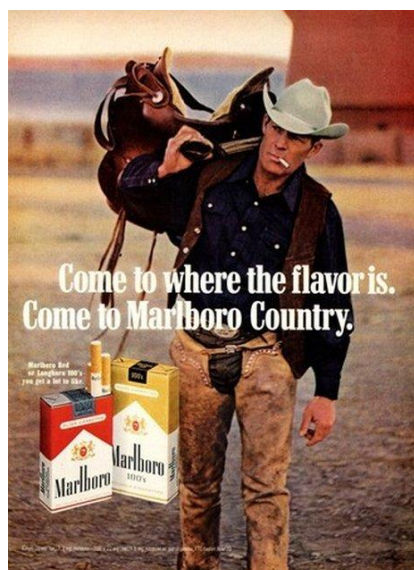
แท้จริงแล้ว ยาสูบถือเป็นพืชที่มนุษย์รู้จักนำมาสูบกินตั้งแต่ 2,000 ปีที่ผ่านมา แต่หลักฐานทางประวัติศาสตร์ประเภทลายลักษณ์อักษรที่เกี่ยวข้องกับยาสูบ เริ่มต้นจากคริสโตเฟอร์ โคลัมบัส ได้เดินทางออกค้นหาทวีปใหม่ แล้วไปขึ้นฝั่งที่หมู่เกาะอินดีส ตะวันตก ทวีปอเมริกา เมื่อขึ้นไปสำรวจพื้นที่ดังกล่าว โคลัมบัส ได้เห็นชาวพื้นเมืองเอาใบยาสูบมวนด้วยใบข้าวโพด จุดไฟตอนปลายแล้วดมควัน ซึ่งชาวพื้นเมืองรู้จักใช้ยาสูบกันอย่างแพร่หลายและมีประวัติการใช้บริโภคมาอย่างยาวนานในทวีปอเมริกา แต่การมาถึงของชาวยุโรปในทวีปอเมริกาก็ได้ทำให้ยาสูบกลายเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมในการบริโภคและเป็นสารสร้างความสนุกสนานในเวลาอันรวดเร็ว ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีมีความเจริญก้าวหน้า ความสามารถในการผลิตและกำลังความต้องการซื้อของผู้บริโภคทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เรียกว่า “บุหรี”

ถึงกระนั้น บุหรี่ในปัจจุบันมีความแตกต่างอย่างยิ่งกับบุหรี่ในสมัยของคริสโตเฟอร์ โคลัมบัส เพราะส่วนผสมอื่น ๆ ถูกเพิ่มเข้ามามากมาย บุหรี่มีได้มีเพียงแค้ใบยาสูบเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมีสารปรุงแต่งหลายร้อยชนิด (Additive) ซึ่งทุกครั้งที่จุดบุหรี่จะมีสารปลดปล่อย (emission) ซึ่งเป็นสารก่อมะเร็งมากกว่า 60 ชนิด (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, ม.ป.ป.) นอกจากนี้ยังมีสารปรุงแต่งอีกจำนวนมากที่เพิ่มเข้าไป เช่น สารเพิ่มความหวาน เพื่อกลบรสชาติ กระดาษของควันบุหรี่ สร้างความพอใจให้แก่ผู้ทดลอง เป็นต้น (สุวณี สมานธิ, 2556) นอกจากนี้บริษัทที่ผลิตบุหรี่ในสหรัฐอเมริกายังได้ทดลองผสมสารเคมี เช่น อะลูมิเนียมซัลเฟต โปแตสเซียมคาร์บอกซิเลต เพื่อให้ควันบุหรี่ที่พ่นออกมานั้นสร้างความรำคาญกับผู้อื่นน้อยลง และกลิ่นของควันบุหรี่เหล่านี้ยังทำให้สดชื่นชวนดมได้อีกด้วย (สถาบันมะเร็งแห่งชาติ, 2543) ด้วยเหตุนี้หน่วยงานทางสาธารณสุขทั่วโลกจึงตระหนักถึงปัญหาและพิษภัยที่มาจากบุหรี่ อีกทั้งงานศึกษาวิจัยจำนวนมากที่ยืนยันได้ว่า บุหรี่เป็นต้นเหตุของโรคร้ายทั้งมะเร็ง ถุงลมโป่งพอง โรคหัวใจ ฯลฯ แต่การยับยั้งการสูบบุหรี่ของมนุษยชาติในปัจจุบันถือเป็นเรื่องที่ยากยิ่ง

การค้าเสรีนานาชาติ (International trade liberalization) เป็นปัจจัยสำคัญในสนับสนุนผลิตภัณฑ์จากยาสูบทั่วโลกเพื่อจำหน่ายและกระจายสินค้า นอกจากนี้การใช้สื่อโฆษณาระดับนานาชาติยังเอื้อให้เกิดการขยายตลาดในระดับสากล ทำให้เกิดการ “ระบาด” ของยาสูบเป็นวงกว้าง การใช้สื่อโฆษณาเพื่อสร้างทัศนคติของผู้คนในสังคมว่าบุหรี่เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมในการเข้าสังคม และปัญหาการเสพติดสารสำคัญในบุหรี่ ที่เรียกว่า นิโคติน ทำให้ผู้ที่สูบบุหรี่แล้วพยายามที่จะเลิกบุหรี่ มีอาการข้างเคียงจนไม่อาจหักห้ามใจในการหยิบบุหรี่ยวนต่อไปขึ้นมาสูบได้

2. การสื่อสารของบริษัทผลิตบุหรี่

บริษัทผู้ผลิตบุหรี่ต้องใช้ความพยายามในการคิดค้นวิธีการในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ในอดีตการโฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับยาสูบเป็นอิสระ ไม่มีข้อจำกัดจากหน่วยงานภาครัฐ บริษัทผู้ผลิตจึงมีความพยายามใช้การสื่อสารเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (identity) ของผลิตภัณฑ์ว่าผู้สูบบุหรี่มีความเป็นชายชาตรี มีความเข้มแข็ง ดึงดูดวัยรุ่นและมีเสน่ห์ต่อเพศตรงข้าม ไม่เพียงเท่านั้นตราสินค้าของบุหรี่ยังสามารถใช้เป็นภาพตัวแทนของสถานะทางสังคมและรสนิยมของผู้สูบได้อีกด้วย

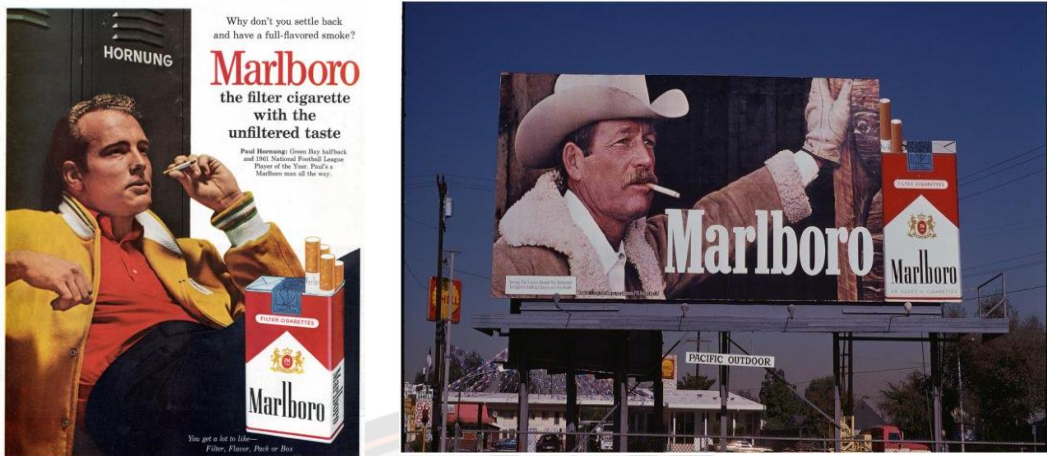


ภาพ 4 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

นอกเหนือจากการโฆษณาโดยตรง บริษัทผู้ผลิตบุหรี่ยังใช้กลวิธีการส่งเสริมการตลาด หรือ Marketing Mix ในหลากหลายรูปแบบเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้รับสารให้ได้มากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การดึงดูดให้ลูกค้าใหม่เข้ามาทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ และการกระตุ้นความต้องการของผู้สุบรายเดิมให้เพิ่มมากขึ้น ตลอดจนการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตราสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำ เชื่อมั่น และไว้วางใจในการซื้อบุหรี่ โดยมีรายงานการใช้งบประมาณของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่จำนวน 6 บริษัทในประเทศสหรัฐอเมริกาต่อการทำการตลาด มีจำนวนเงินมากถึง 4.56 ล้านล้านบาท ซึ่ง นิทสัน คิริโซติร์ตัน และฉัตรสุมน พฤตภิญญโณ (2560) ได้สรุปรูปแบบการโฆษณาของบุหรี่ ออกเป็น 7 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 การโฆษณา ถือเป็นรูปแบบหลักที่บริษัทผู้ผลิตใช้ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภค โดยการโฆษณายังสามารถจำแนกได้หลายรูปแบบ เช่น

1. การโฆษณาทางตรง (Direct Advertising) เป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์บุหรี่โดยตรง โดยผ่านทางช่องทางการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เช่น การทำป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่ การลงโฆษณาในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ รถขนส่งสินค้า เป็นต้น



ภาพ 5 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาทางตรงของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

2. การโฆษณาโดยการวางสินค้าให้เห็น (Product Placement) สามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น การวางบุหรี่ในรายการโทรทัศน์ การใส่เสื้อที่มีตราสินค้า การพิมพ์ปฏิทินแจกจ่ายในเทศกาล เป็นต้น



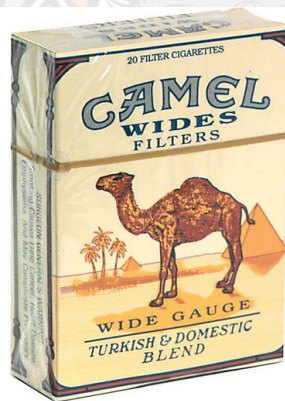
ภาพ 6 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณาโดยการวางสินค้าให้เห็นของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

3. การโฆษณา ณ จุดขาย (Point of Sale) สามารถทำได้ทั้งการตั้งโชว์สินค้าในร้านค้าอย่างโดดเด่น การติดป้ายตราสินค้า หรือใช้สื่อที่สื่อถึงตราสินค้าในร้านค้า การให้ส่วนลดในการซื้อสินค้า การให้ของแถม ของที่ระลึกที่มีตราสินค้า เป็นต้น



ภาพ 7 แสดงตัวอย่างสื่อโฆษณา ณ จุดขายของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

4. การแปรเปลี่ยนเครื่องหมายการค้า หรือการใช้ตราสินค้าเดียวกันกับสินค้าอื่น เป็นกลยุทธ์การโฆษณาสินค้าอื่นที่ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ยาสูบ แต่มีชื่อเดียวกัน เช่น เสื้อผ้า ของใช้ต่าง ๆ เพื่อผู้บริโภคเกิดการจดจำตราสินค้าและมีความผูกพันกับบริษัทผู้ผลิตมากขึ้น



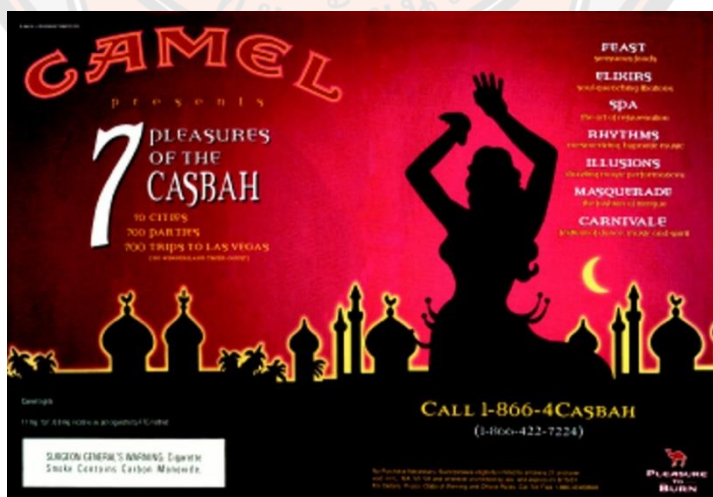
ภาพ 8 แสดงตัวอย่างการแปรเปลี่ยนเครื่องหมายการค้าของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

5. การโฆษณาสินค้าข้ามพรมแดน (Cross Border Advertising) เป็นการโฆษณาผ่านเครื่องมือสื่อสารที่ไม่จำกัดขอบเขตด้านสถานที่ เช่น การโฆษณาผ่านทางอินเทอร์เน็ต การโฆษณาผ่านทาง Social Network ต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพ 9 แสดงตัวอย่างการโฆษณาสินค้าข้ามพรมแดนของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

รูปแบบที่ 2 การส่งเสริมการขาย (Promotion Event) เป็นรูปแบบการจัดงานแสดงสินค้า การแสดงดนตรีหรือกิจกรรมสังสรรค์ใด ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับตราสินค้าของผลิตภัณฑ์บุหรี่ การส่งเสริมการขายนั้น จะเสริมสร้างความสัมพันธ์ของลูกค้าเก่าให้มีความจงรักภักดีกับตราสินค้ามากขึ้น และยังสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มลูกค้าใหม่ได้รู้จักตราสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทให้มากขึ้น



ภาพ 10 แสดงตัวอย่างการส่งเสริมการขายของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

รูปแบบที่ 3 การตลาดไวรัล (Viral Marketing) เป็นรูปแบบของการสื่อสารที่จะสร้างการรับรู้ได้อย่างเป็นวงกว้าง พร้อมกับหลีกเลี่ยงข้อจำกัดการเข้าถึงสื่อเดิม เนื่องจากผลของมาตรการกำกับควบคุมได้เป็นอย่างดี การทำการตลาดแบบไวรัล สามารถทำให้เกิดการพูดถึงแบบปากต่อปากผ่านทางช่องทางการสื่อสารบนสังคมออนไลน์

รูปแบบที่ 4 การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ บริษัทผู้ผลิตบุหรี่จะพยายามพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสะดุดตา ดึงดูดความสนใจ ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ตลอดจนกระตุ้นการซื้อสินค้าด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีจำนวนจำกัดตามเทศกาลพิเศษต่าง ๆ ทำให้ผู้บริโภครู้สึกอยากครอบครอง มีคุณค่า สะท้อนรสนิยม



ภาพ 11 แสดงตัวอย่างการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่

รูปแบบที่ 5 การให้ทุนสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคมจากบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ ซึ่งสามารถทำได้ทั้งการเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรมขนาดใหญ่ เช่น การแข่งขันกีฬา การแสดงศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น หรือการสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมผ่านการทำโครงการเพื่อสังคม เช่น โครงการป้องกันเยาวชนสูบบุหรี่ โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การสนับสนุนและให้ความช่วยเหลือสังคมของบริษัทผู้ผลิตย่อมหวังผลให้ผู้ที่ได้รับผลประโยชน์มีความสำคัญในความเอื้อเฟื้อ และเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่บริษัท

รูปแบบที่ 6 การสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรของรัฐ หรือกระทรวงที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการควบคุมยาสูบ โดยอาจกระทำผ่านการสนับสนุนเงินทุนช่วยเหลือกิจกรรม การฝึกอบรมกรรมการ หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้สนับสนุนบริษัท ทั้งนี้เพื่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างสูงสุดแก่บริษัทผู้ผลิต



ภาพ 12 แสดงตัวอย่างการให้ทุนสนับสนุนกิจกรรมช่วยเหลือสังคมจากบริษัทผลิตบุหรี่

รูปแบบที่ 7 การสร้างองค์กรหน้าฉาก (Front Organization) เช่น การสร้างกลุ่มผู้วิจัย ผู้มีชื่อเสียง หรือผู้นำทางความคิด นักวิทยาศาสตร์ ให้ผลประโยชน์ ออกมาปกป้องบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ เพื่อสร้างความสับสน และเปลี่ยนแปลงทัศนคติแก่ผู้บริโภค



ภาพ 13 แสดงตัวอย่างการสร้างองค์กรหน้าฉาก

ผลจากการบูรณาการการสื่อสารในทุกรูปแบบ ทำให้บริษัทผู้ผลิตบุหรี่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าในทุกอาชีพ ทุกชนชั้น ทุกเพศ ทุกวัย นอกเหนือจากการสร้างนักสูบหน้าใหม่ซึ่งเป็นการขยายฐานกลุ่มลูกค้าแล้ว ยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้าดั้งเดิม เพิ่มความต้องการซื้อ ต้องการสูบให้มากขึ้น ประกอบกับสารเสพติดภายในบุหรี่ยังทำให้ไม่สามารถเลิกสูบได้โดยง่าย นำมาซึ่งผลเสียอย่างมหาศาลต่อมวลมนุษยชาติ ข้อมูลสนับสนุนจากองค์การอนามัยโลกระบุไว้ว่าในคริสต์ศตวรรษที่ 20 มีประชากรทั่วโลกเสียชีวิตจากการสูบบุหรี่แล้วไม่น้อยกว่า 1 ร้อยล้านคน (World Health Organization, 2009)

3. มาตรการป้องกันการสูบบุหรี่ กลไกต่อต้านอุตสาหกรรมยาสูบ

เมื่อหน่วยงานทางด้านสาธารณสุข หน่วยงานด้านการศึกษา ได้ศึกษาวิจัยโทษของการสูบบุหรี่ จนได้ผลปรากฏออกมาเป็นที่แน่ชัดแล้วว่า บุหรี่เป็นภัยก่อให้เกิดโรคร้ายแรงต่อมนุษย์ แต่หน่วยงานภาครัฐไม่สามารถห้ามผลิตหรือจำหน่ายบุหรี่ยุติเด็ดขาดได้ อันเนื่องมาจากผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างมหาศาลที่บุหรี่มีต่อประเทศหนึ่ง ๆ กล่าวคือ การผลิตบุหรี่ยังคงสามารถดำเนินการได้ต่อไป ไม่เพียงเท่านั้นในบางประเทศ ภาครัฐยังเป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบุหรี่ย่อยเองอีกด้วย แต่ด้วยหลักการทางมนุษยธรรม ทำให้หน่วยงานภาครัฐยังต้องเป็นผู้ขับเคลื่อนนโยบายเพื่อให้ประชาชนเกิดการ ลด ละ เลิกสูบบุหรี่

มาตรการต่ออุตสาหกรรมบุหรี่ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดในการป้องกันและส่งเสริมให้ประชาชนเกิดการ ลด ละ เลิก สูบบุหรี่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวัยรุ่นและคนยากจน คือ มาตรการทางด้านภาษี การเพิ่มภาษียาสูบเพื่อทำให้ราคาขายของยาสูบสูงขึ้น 10% จะช่วยลดการบริโภคยาสูบลงได้ 4% ไม่เพียงเท่านั้น การจัดเก็บภาษียาสูบของรัฐบาล นอกเหนือจากการควบคุมจำกัดการบริโภคในประชาชนแล้ว ยังมีเหตุผลอีก 2 ประการ คือ การจัดเก็บรายได้เข้าสู่รัฐ และนำรายได้ไปใช้ในการบริหารพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ ซึ่งรายได้จากการเก็บภาษียาสูบมีจำนวนหลายพันล้านบาทในแต่ละปีงบประมาณ และเหตุผลอีกหนึ่งประการ คือ การต้องการควบคุมกระบวนการผลิตและจำหน่ายบุหรี่ยให้มีลักษณะเป็นสินค้าควบคุมและมีคุณภาพ เพื่อป้องกันการผลิตบุหรี่ยุติเพื่อจำหน่ายอย่างผิดกฎหมาย ซึ่งการใช้มาตรการทางด้านภาษีเพื่อควบคุมการผลิตและการบริโภคยาสูบของประชาชนนั้น มีเพียง 33 ประเทศทั่วโลกเท่านั้นที่ใช้มาตรการการเก็บภาษีระดับสูงกับผลิตภัณฑ์บุหรี่ยุติ

นอกเหนือจากการขับเคลื่อนมาตรการป้องกันการเสพติดยาสูบของหน่วยงานภาครัฐอย่างการเก็บภาษียาสูบแล้ว หน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรงกับสุขภาพของประชากรโลกอย่างองค์การอนามัยโลก ก็ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญต่อการสูบบุหรี่ นั่นคือ การประกาศให้วันที่ 31 พฤษภาคม ของทุกปีเป็นวันงดสูบบุหรี่โลก ซึ่งคำประกาศดังกล่าวมีขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ. 1988 และยังคงดำเนินการอยู่จนถึงปัจจุบันเพื่อสร้างความตระหนักและกระตุ้นเตือนให้ประชาชน ลด ละ เลิกการสูบ

บุหรีซึ่งเป็นภัยอันตรายโดยตรงต่อสุขภาพ (งานพัฒนาและจัดการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2549); นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ และฉัตรสมุน พฤตมิถุน (2560)

4. กลไกต่อต้านอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศไทย

ในปัจจุบันการพิษภัยจากการสูบบุหรีเป็นปัญหาที่หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเร่งระดมสรรพกำลังในการรับมือและต่อสู้กับภัยร้ายดังกล่าว ซึ่งจากข้อมูลของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่าในทุกวันนี้จะมีผู้เสียชีวิตจากการสูบบุหรีประมาณ 140 คน เฉลี่ยสูงถึง 50,000 คนต่อปี ตลอดจนถึงมีคนไทยอีก 1 ล้านคน ที่มีชีวิตอยู่แต่ป่วยด้วยโรคเรื้อรังที่เกิดจากบุหรี

การขึ้นภาษียาสูบ เปรียบเสมือนแหล่งรายได้แรกของทุกรัฐบาลเมื่อต้องการเงินคคงคลัง เนื่องจากบุหรีเป็นยาเสพติด เป็นของไม่ดี การเพิ่มอัตราภาษีจึงมีความชอบธรรม แต่ถึงอย่างไรก็ตามสินค้าประเภทยาสูบถือเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นต่ำ (Low-elasticity) เพราะไม่ว่าจะราคาสูงเท่าใดประชาชนก็ยังคงมีความต้องการและแสวงหาสินค้าเสมอ (นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ และฉัตรสมุน พฤตมิถุน, 2560) แม้จะเป็นกลยุทธ์ระดับสากลแต่กลับไม่เกิดประสิทธิผลในการลดความต้องการการสูบบุหรีลง อีกทั้งยังพบว่า การถวายเป็นสังฆทานด้วยบุหรีตามแนววิถีประเพณี ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้จำนวนผู้สูบบุหรีทั้งเก่าและใหม่ยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องถึง 10 ล้านคน (ประกิต วาทีสาธกกิจ, 2555)

การรณรงค์เพื่อให้ประชาชนลดการสูบบุหรี มีความพยายามในการใช้เครื่องมือสื่อสารทุกรูปแบบที่มีอยู่ในช่วงเวลานั้น ผ่านการสร้างเนื้อหาและการเล่าเรื่องของผู้ป่วยและบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม เพื่อปลุกกระแส สร้างความตื่นตัวให้กับประชาชนเป็นวงกว้าง ซึ่งในขณะนั้นได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากสื่อมวลชนในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารการรณรงค์

ถึงกระนั้นการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อนทางสังคมเป็นไปได้อย่างยากลำบาก เนื่องจากงบประมาณในการผลิตสื่อ ต้องอาศัยวิธีการเรียขอรับบริจาคจากห้างร้าน ผู้มีจิตศรัทธาทำให้ระยะแรกสื่อรณรงค์มีรูปแบบที่น้อยและไม่สามารถกระจายไปได้ทั่วทุกพื้นที่ จนเมื่อมีการจัดตั้งสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โครงการจึงมีรายได้มาสนับสนุนให้เป็นศูนย์สื่อเพื่อการรณรงค์ไม่สูบบุหรี เพื่อสนับสนุนสื่อสำหรับทุกฝ่ายที่ร่วมรณรงค์



ภาพ 14 แสดงตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อนทางสังคม

นอกเหนือจากการสื่อสารผ่านสื่อต่าง ๆ แล้ว โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังได้ร่วมมือกับชมรมแพทย์ชนบท และแพทยสภา จัดการวิ่งรณรงค์งดสูบบุหรี่ขึ้นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ของมวลมนุษยชาติ ในเดือนตุลาคม พ.ศ.2530 โดยมีแพทย์ พยาบาล เจ้าหน้าที่ในเครือข่ายการแพทย์และสาธารณสุขประมาณ 250 คน วิ่งจากจังหวัดเชียงใหม่ อุบลราชธานี สุราษฎร์ธานี และจังหวัดตราด เข้าสู่กรุงเทพมหานคร ใช้เวลารวม 7 วัน ซึ่งการวิ่งดังกล่าวนี้ สื่อมวลชนได้ให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก และถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์ตลอดระยะเวลาของการวิ่ง



ภาพ 15 แสดงโครงการจัดการวิ่งรณรงค์สูบบุหรี่

กระบวนการการสื่อสารเพื่อต่อสู้กับบุหรี่ได้ขับเคลื่อนและยกระดับความเข้มข้นเรื่อยมา เช่น ในปี พ.ศ. 2543 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขในขณะนั้น (กร ทัพพะรังสี) ได้ผลักดันให้เกิดนโยบายการห้ามเผยแพร่ภาพการสูบบุหรี่ผ่านทางโทรทัศน์ และในปี พ.ศ. 2547 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขประกาศให้บริษัทผู้ผลิตบุหรี่ต้องพิมพ์ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ เนื่องจากพบว่าคำเตือนบนซองบุหรี่ หากเป็นรูปภาพจะมีประสิทธิภาพมากที่สุด เนื่องจากผู้สูบบุหรี่ที่มีการศึกษาน้อยจะไม่เข้าใจการสื่อสารด้วยข้อความ นอกจากนี้ยังมีการห้ามตั้งซองบุหรี่ ณ จุดขาย เนื่องจากผลการวิจัยของ แฮนริกสัน (Hanrickson, n.d. อ้างถึงใน ประกิต วาทีสาธกกิจ, 2555) พบว่าเยาวชนที่คุ้นเคยกับซองบุหรี่ที่จัดวางจะร้านค้าหรือจุดขาย จะมีความคุ้นเคยและมีโอกาสสูงที่จะก้าวเข้ามาเป็นนักสูบหน้าใหม่ในอนาคตได้ เป็นต้น

5. การป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในปัจจุบัน

โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ได้ขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ทั้งในด้านนโยบายและด้านปฏิบัติมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 โดยอาศัยความร่วมมือในการผลักดันเชิงนโยบายกับกระทรวงศึกษาธิการ และโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร ตลอดจนการลงมือปฏิบัติเพื่อป้องกันมิให้เกิดนักสูบหน้าใหม่และสร้างความตระหนักรู้ถึงพิษภัยให้แก่เยาวชนผ่านกระบวนการจัดกิจกรรมรณรงค์ การทำป้ายประชาสัมพันธ์ การให้รุ่นพี่สอนรุ่นน้อง ทั้งนี้โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังได้ผลักดันนโยบายในระดับอุดมศึกษาด้วยเช่นกัน โดยใช้วิธีเริ่มการรณรงค์ผ่านการแข่งขันกีฬามหาวิทยาลัย ด้วยหวังว่าเป็นการค่อย ๆ สร้างกระแสให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดระเบียบการสูบบุหรี่ให้มีประสิทธิผลมากขึ้น



ภาพ 16 แสดงตัวอย่างสื่อรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2560) พบว่า ประชากรไทยอายุระหว่าง 15-19 ปี เป็นผู้สูบบุหรี่สูงถึง 10.7 ล้านคน เป็นภาพสะท้อนถึงประสิทธิผลของการรณรงค์ที่ผ่านมาได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการรณรงค์ที่มีประสิทธิภาพและสามารถขับเคลื่อนให้เยาวชนไทยปรับเปลี่ยนพฤติกรรม มีความเข้มแข็งจากตนเอง ต้องอาศัยความเข้าใจในตัวเยาวชนให้มากขึ้น จากผลการวิจัยของ ผ่องศรี ศรีมรกต และรุ่งนภา ภาณีรัตน์ (2548) ที่ศึกษาในประเด็นการเสริมสร้างความตระหนักในพิษภัยบุหรี่สำหรับเยาวชนไทย พบว่า เพื่อนถือเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญสำหรับเยาวชนเป็นอย่างยิ่ง เพราะเพื่อนเป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ชิด และเข้าใจธรรมชาติของเยาวชนมากที่สุด หากสิ่งแวดล้อมไม่ดี เยาวชนเหล่านี้ก็มีโอกาสสูงที่จะเติบโตไปเป็นผู้ใหญ่เสพติดบุหรี่ได้โดยง่าย นอกจากนี้เยาวชนที่ขาดการดูแลเอาใจใส่ของพ่อแม่ ผู้ปกครอง หรือครูอาจารย์ เยาวชนกลุ่มนี้ก็มีความเสี่ยงที่จะสูบบุหรี่ได้เช่นกัน ดังนั้นการให้ความรู้เกี่ยวกับโทษของบุหรี่ต้องเข้มข้น และสม่ำเสมอเพียงพอ ตลอดจนต้องบูรณาการการพัฒนาทักษะการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นแก่เยาวชน นอกจากนี้การพัฒนาความตระหนักในพิษภัยของบุหรี่ ต้องเกิดการประสานงานอย่างรอบด้านกับกลุ่มเยาวชน พ่อแม่ผู้ปกครอง ครูอาจารย์และโรงเรียน โดยให้เยาวชนทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการคิดวิเคราะห์ วางแผนการจัดกิจกรรมที่เสริมสร้างการเรียนรู้และการพัฒนาที่เหมาะสมกับวัย การดำเนินงานอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยยังค้นพบว่าการสร้างกิจกรรมที่สนุกสนาน บันเทิง มีความตื่นเต้นและท้าทาย จะสร้างการยอมรับจากเยาวชนและกระตุ้นให้เยาวชนเกิดการเรียนรู้ได้ในระดับลึกและมีประสิทธิภาพ ถึงกระนั้นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับเยาวชนอาจไม่ยั่งยืนหรือคงอยู่ตลอดไป จำเป็นต้องมีการติดตามเพื่อประเมินผล และปรับปรุงพัฒนากระบวนการให้ทันสมัยสอดคล้องกับบริบททางสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยในกระบวนการติดตามประเมินผลนี้ ยังจำเป็นต้องให้เยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการด้วยตนเอง เพื่อก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ฝังแน่น และยั่งยืน

จากข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุหรืที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้เห็นถึงพัฒนาการการต่อสู้ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและบริษัทผู้ผลิตบุหรื ตลอดจนได้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารของทั้งสองฝ่าย ซึ่งการขับเคลื่อนเพื่อให้ประชาชนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ลด ละ เลิกสูบบุหรืนั้น กระทำผ่านทุกช่องทางสื่อสารมายาวนานกว่า 3 ทศวรรษ ทั้งยังได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนในการรณรงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อการลดจำนวนนักสูบหน้าใหม่ อันจะเป็นผลสืบเนื่องต่อจำนวนประชากรผู้สูบบุหรืในอนาคตนั้น รูปแบบการสื่อสารจำเป็นต้องสร้างการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนของเยาวชนให้มากขึ้น การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ การสร้างนวัตกรรม ตลอดจนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม จึงเป็นส่วนที่สำคัญในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมเพื่อลดจำนวนนักสูบหน้าใหม่ การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบุหรืนี้ จึงเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่ผู้วิจัยจะได้นำไปใช้เป็นองค์ความรู้สำคัญในการออกแบบพัฒนานวัตกรรมต่อไป

6. แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

จากที่ได้กล่าวเกี่ยวกับสถานการณ์การสูบบุหรืของเยาวชนและเป้าประสงค์ของการรณรงค์เพื่อลดจำนวนนักสูบหน้าใหม่ไปในข้างต้นแล้วนั้น แนวคิดที่เกี่ยวกับวัยรุ่นเป็นแนวคิดที่สำคัญในการสร้างความเข้าใจในตัวเยาวชน อันจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาแนวทางใด ๆ เพื่อขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรม เสริมสร้างความเข้มแข็งอันจะเป็นเกราะป้องกันอย่างยั่งยืนในการมิให้เยาวชนเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับบุหรื ซึ่งแนวคิดดังกล่าวให้ความสำคัญกับปัจจัยหลายประการที่จะส่งผลต่อวัยรุ่น เช่น การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในวัยรุ่น การรวมกลุ่มทางสังคม กลุ่มเพื่อน การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคม เป็นต้น โดยมีรายละเอียดของแนวคิด ดังนี้

6.1 การเปลี่ยนแปลงทางสังคมในวัยรุ่น

6.1.1 การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการเรียนรู้ระเบียบทางสังคม

ตามแนวคิดทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยานั้น เชื่อว่ามนุษย์จะเป็นคนที่สมบูรณ์ได้ผ่านการเข้าสังคมกับบุคคลอื่น ๆ เมื่อคนหลายคนมารวมตัวกันก็จะสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในสังคมจนเกิดเป็นระเบียบแบบแผนขึ้น (จิรพรรณ กาญจนะจิตรา, 2547) ดังนั้น การเรียนรู้ระเบียบทางสังคม (Socialization) จึงเป็นแนวคิดหนึ่งที่กล่าวถึงกระบวนการเรียนรู้ของวัยรุ่นที่ต้องปฏิบัติตามขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่สังคมกำหนดเป็นมาตรฐานไว้ พร้อมทั้งสามารถประพฤติปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคม โดยการเรียนรู้ระเบียบทางสังคม จะประกอบด้วยการเรียนรู้ในด้านการแสดงออกทางพฤติกรรมอย่างเหมาะสม หรือปฏิบัติตามมาตรฐานที่สังคมยอมรับ การมีบทบาทที่กลุ่มกำหนดไว้สำหรับแต่ละบุคคล และการมีทัศนคติทางสังคมที่นำไปสู่การมีพฤติกรรมที่เหมาะสม ซึ่งหากวัยรุ่นสามารถปฏิบัติได้ครบถ้วนทั้ง 3 ข้อแล้ว

จะได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้ปฏิบัติดี ผู้ปฏิบัติชอบ ได้รับการยอมรับจากสังคม อย่างไรก็ตามก็ยังมีวัยรุ่นอีก 2 กลุ่ม ที่ไม่สามารถเรียนรู้ระเบียบทางสังคมตามแนวคิดนี้ได้ วัยรุ่นรูปแบบแรก จะเป็นพวกเฉยเมยต่อความคาดหวังของสังคม จะถูกสังคมตีตราว่าเป็น พวกไม่มีสังคม (Unsocial) และวัยรุ่นรูปแบบที่สอง คือ กลุ่มที่ไม่ปรารถนาที่จะทำตามความคาดหวังของสังคม จะถูกเรียกว่า พวกต่อต้านสังคม (Antisocial) (ประณต เค้าฉิม, 2549)

ความคาดหวังของสังคมในกระบวนการเรียนรู้ระเบียบทางสังคมนั้น วัยรุ่นจะถูกคาดหวังให้เรียนรู้ในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

1. การมีความสัมพันธ์ใหม่กับเพื่อนรุ่นเดียวกันทั้ง 2 เพศ
2. ความเป็นอิสระจากพ่อแม่และผู้ใหญ่
3. ทักษะทางสติปัญญาและความคิดที่จำเป็นสำหรับการเป็นพลเมืองที่มี

ความสามารถ

4. การมีพฤติกรรมที่รับผิดชอบต่อสังคม
5. การมีศีลธรรมและค่านิยมเป็นเครื่องชี้นำความประพฤติ

การคาดหวังในเรื่องต่าง ๆ ข้างต้นที่สังคมตั้งความคาดหวังไว้ให้วัยรุ่นละทิ้งทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมแบบเด็ก ให้มีทัศนคติและพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสถานภาพใหม่ของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปผ่านกระบวนการเรียนรู้ระเบียบทางสังคม นอกจากจะสร้างความสุขในการเป็นที่ยอมรับในสังคมให้กับตัววัยรุ่นเองแล้ว ยังส่งผลต่อระดับความสำเร็จที่บุคคลที่จะได้รับในชีวิตอีกด้วย เนื่องจากการเรียนรู้ระเบียบทางสังคมในวัยรุ่นส่งผลโดยตรงต่อการเรียนรู้ระเบียบทางสังคมในวัยผู้ใหญ่ วัยรุ่นคนใดที่มีการปรับตัวทางสังคมที่ดี จะมีความสุขกับชีวิตในวัยผู้ใหญ่ ในทางตรงกันข้าม หากวัยรุ่นคนใดไม่สามารถปรับตัวทางสังคมได้ หรือทำไม่ได้ไม่ดี จะมีความล้มเหลวหรือเกือบล้มเหลวในตอนที่เป็นผู้ใหญ่ ถึงกระนั้น แม้วัยรุ่นจะสามารถเรียนรู้ระเบียบทางสังคม และปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคมได้เป็นอย่างดีแล้ว ไม่ได้หมายความว่าวัยรุ่นเหล่านี้มีความรู้สึกอย่างนั้นจริง ๆ อาจเป็นการเสแสร้งเพื่อปิดบังความรู้สึกที่แท้จริงเอาไว้ก็ได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีความพึงพอใจในการปฏิบัติตามความคาดหวังของสังคมด้วยเช่นกัน

อย่างไรก็ตามการประพฤติปฏิบัติตนให้เป็นไปตามที่สังคมคาดหวังนั้น มีองค์ประกอบหลายประการที่สร้างผลกระทบให้วัยรุ่นต้องเผชิญกับความยากลำบากในการปฏิบัติตน โดยอุปสรรคที่พบได้มาก มีรายละเอียดดังนี้

1. การมีกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการปรับตัวเข้าสู่สังคมของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก แต่เดิมในวัยเด็กนั้น โลกทางสังคมมีอยู่ 3 ประเภท คือ ครอบครัว โรงเรียน และเพื่อนบ้าน แต่เมื่อโตขึ้น วัยรุ่นก็ต้องเข้าสู่กลุ่มใหม่เพิ่มขึ้น ทั้งโลกของชุมชน โลกของเพศตรงข้าม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โลกของกลุ่มเพื่อน ซึ่งเป็นโลกที่มีอิทธิพลและเป็นโลกที่สร้างแรงผลักดันทั้งด้าน

ความคิด พฤติกรรม ทักษะคิด ต่อวัยรุ่นมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ อย่างไรก็ตามสำหรับเด็กวัยรุ่น การที่ต้องปรับตัวเข้ากับกลุ่มใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นนั้น จะสร้างความสับสนระหว่างค่านิยมเก่าและค่านิยมใหม่ เกิดความขัดแย้งระหว่างความปรารถนาที่จะเลียนแบบเพื่อนกับความต้องการของพ่อแม่ อีกทั้งยังต้องปรับตัวเข้ากับเพื่อนมากมายที่มีภูมิหลังต่างกันไป ไม่เพียงเท่านั้นวัยรุ่นยังต้องปรับตัวเข้ากับครูผู้สอนประจำแต่ละวิชา และยังต้องปรับตัวเข้ากับผู้ใหญ่ที่มีความเกี่ยวข้องอีกด้วย

2. ความคาดหวังที่แตกต่างกัน ในทุกวัฒนธรรมและทุกสังคมย่อมมีบรรทัดฐานทางสังคมที่ใช้ในการพิจารณาพฤติกรรมที่เหมาะสมของสังคมนั้น ๆ ซึ่งความคาดหวังต่อตัววัยรุ่นให้ปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางสังคมนั้นมีมากกว่าวัยเด็กอย่างชัดเจน ตลอดจนความหวังดังกล่าวยังแปรเปลี่ยนไปตามฐานะทางสังคมของครอบครัวอีกด้วย ทำให้วัยรุ่นมีความรู้สึกว่าเขาถูกตัดสินจากค่านิยมของผู้ตัดสินเอง ไม่ใช่ตัดสินจากสิ่งที่ตัวเองเป็น

3. การขาดโอกาสในการติดต่อทางสังคม ด้วยข้อจำกัดทางสังคมหลายประการอาจทำให้วัยรุ่นถูกกีดกัน หรือขาดโอกาสที่จะได้เรียนรู้ระเบียบทางสังคม เช่น ศาสนา เชื้อชาติ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว สภาพทางภูมิศาสตร์ หรือแม้กระทั่งครอบครัวของวัยรุ่นเอง เป็นต้น

4. การขาดแรงจูงใจ วัยรุ่นที่มีประสบการณ์ไม่ดีเกี่ยวกับการเข้าสังคม มักจะขาดแรงจูงใจในการที่จะติดต่อทางสังคม หรือปฏิบัติตามบรรทัดฐานทางสังคม โดยวัยรุ่นเพศหญิง มักจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมและพยายามทำตัวให้เป็นที่ยอมรับทางสังคมมากกว่าเพศชาย เนื่องจากเด็กหญิงมีวุฒิภาวะเร็วกว่าเด็กชาย และต้องเผชิญกับการแข่งขันเพื่อให้เป็นที่ยอมรับมากกว่าเด็กชาย

5. การขาดการแนะนำ เกิดจากผู้ปกครองหรือครูอาจารย์เห็นว่าวัยรุ่นคนนั้นโตเกินกว่าที่จะมีพฤติกรรมไม่เหมาะสมแล้ว จึงปล่อยให้วัยรุ่นเรียนรู้ตามธรรมชาติ หรือวัยรุ่นอาจต่อต้านพ่อแม่ผู้ปกครองที่พยายามสอนให้เป็นคนมีพฤติกรรมทางสังคมที่ดี เพราะวัยรุ่นอาจตีความหมายที่แตกต่างออกไป เช่น การบังคับ การทำตัวเป็นเจ้านาย หรือการพยายามที่จะจัดระเบียบชีวิต ผู้ใหญ่หลายคนจึงเลิกล้มความตั้งใจที่จะให้ความรู้และปล่อยให้วัยรุ่นเรียนรู้ด้วยตนเอง

6. การขาดตัวแบบที่ดีที่จะเลียนแบบ วัยรุ่นจำนวนมากมักจะเรียนรู้โดยอาศัยการเลียนแบบจากตัวแบบที่ใกล้ตัว มากกว่าที่จะอ่านหนังสือประเภทแนะนำการเข้าสังคม ดังนั้นวัยรุ่นจึงลอกเลียนแบบบุคคลที่มีพฤติกรรมทางสังคมที่เลวได้โดยง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับครอบครัวสมัยใหม่ที่ทุกคนล้วนแยกย้ายกันไปประกอบอาชีพ เด็กวัยรุ่นชายจึงไม่มีตัวแบบสำหรับความประพฤติซึ่งเป็นที่ยอมรับของสังคม เพราะวัยรุ่นมักคิดว่าการเลียนแบบแม่หรือครูผู้หญิง จะทำให้แลดูเป็นผู้หญิง แต่ขณะที่เด็กผู้หญิงจะหาตัวแบบได้ง่ายกว่า ดังนั้น เด็กวัยรุ่นจึงมักหากตัวแบบจาก

สมาชิกของกลุ่มเพื่อนที่เป็นที่นิยมชมชอบ หรือบุคคลในสื่อมวลชน ซึ่งอาจได้ตัวแบบที่ดีหรือไม่ดีก็ได้ (ประณต เค้าฉิม, 2549; สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2552)

6.1.2 การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการรวมกลุ่มทางสังคม

การรวมกลุ่มทางสังคมของวัยรุ่นนั้น มีหลายลักษณะทั้งที่เป็นกลุ่มที่ใหญ่ ช่วยเหลือในการจัดตั้งและกลุ่มที่วัยรุ่นจัดตั้งขึ้นเอง โดยส่วนมากแล้ว วัยรุ่นตอนต้นมักจับกลุ่มทางสังคมโดยมีเพศเดียวกันเป็นสมาชิกของกลุ่ม แต่เมื่อผ่านไปถึงวัยรุ่นตอนปลาย กลุ่มวัยรุ่นมักมีสมาชิกทั้ง 2 เพศ โดย Hurlock, 1973 อ้างถึงใน ประณต เค้าฉิม (2549) ได้จัดแบ่งการรวมกลุ่มของวัยรุ่นออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. กลุ่มเพื่อนสนิท (Chums) ถือเป็นการรวมกลุ่มทางสังคมที่เล็กที่สุด ประกอบไปด้วยสมาชิกประมาณ 2-4 คน มักมีสมาชิกเป็นเพศเดียวกัน มีรสนิยม ความชอบ ความสนใจ ความถนัดที่คล้ายคลึงกัน มีความพยายามอยู่ด้วยกันให้มากที่สุด ดังนั้นกลุ่มเพื่อนสนิทจึงถือเป็นกลุ่มที่มีมิตรภาพยืนยาวที่สุด โดยวัยรุ่นที่ไม่มีกลุ่มเพื่อนสนิทนั้น มักจะมีปัญหาเกี่ยวกับการปรับตัวเข้าสังคม ซึ่งอาจส่งผลทำให้วัยรุ่นไม่มีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อน (Cliques)

2. กลุ่มเพื่อน (Cliques) เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มเพื่อนสนิท มักมีสมาชิกอยู่ระหว่าง 3-9 คน โดยมากสมาชิกมักจะมี ความชอบ รสนิยม ภูมิหลัง ที่สอดคล้องกัน โดยอาจเป็นเพื่อนสนิทที่รู้จักกันมาก่อนตั้งแต่เด็กหรือไม่ก็ได้ กิจกรรมของกลุ่มเพื่อนได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ ทั้งอายุ เพศ ระดับทางสังคม โดยส่วนใหญ่มักเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับสมาชิก นินทา แลกเปลี่ยนความคิด วิจารณ์สมาชิกของครอบครัวและเพื่อน ๆ พูดคุยเกี่ยวกับกิจกรรมในโรงเรียน กินข้าว และบางครั้งกิจกรรมของกลุ่มเพื่อนอาจไม่ได้เป็นไปตามบรรทัดฐานทางสังคม เช่น การกินเหล้า สูบบุหรี่ เล่นการพนัน และเรื่องเพศ อิทธิพลของกลุ่มเพื่อนส่งผลต่อวัยรุ่นทั้งในทางที่ดีและไม่ดี โดยผลดีของกลุ่มเพื่อนนั้น จะทำให้วัยรุ่นรู้สึกอบอุ่น มั่นคง เห็นความสำคัญของตัวเอง ช่วยให้โอกาสในการพัฒนาทักษะทางสังคม กำหนดรูปแบบและมาตรฐานของพฤติกรรมในแนวทางที่สังคมยอมรับ แต่ข้อเสียของกลุ่มเพื่อนก็มีหลายประการเช่นกัน ทั้งการทำให้วัยรุ่นไม่เป็นตัวของตัวเอง เกิดความอิจฉาเพื่อนสมาชิกเนื่องจากไม่สามารถมีเท่าเทียมกับเพื่อนได้ ตลอดจนกลุ่มเพื่อนยังมีอิทธิพลให้เกิดความแตกสามัคคีกับครอบครัว โรงเรียน และความจงรักภักดีกับกลุ่มเพื่อนจะเพิ่มความตึงเครียดระหว่างวัยรุ่นกับพ่อแม่ได้อีกด้วย

3. กลุ่มเพื่อนฝูง (Crowds) จัดเป็นการรวมกลุ่มเพื่อนที่ใหญ่ที่สุด โดยมากมักประกอบด้วยสมาชิก 15 – 30 คน โดยในกลุ่มเพื่อนฝูง สมาชิกในกลุ่มอาจมีความชอบ ความสนใจ รสนิยม อุดมการณ์ ที่เหมือนกันหรือแค่คล้ายคลึงกันก็ได้ แต่จะสามารถทำงานประสานกันได้อย่างกลมกลืน โดยกลุ่มเพื่อนฝูงจะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางรวมในการทำกิจกรรมของกลุ่ม และทำหน้าที่ให้คำแนะนำวัยรุ่นให้มีปฏิสัมพันธ์กับเพศตรงข้าม นอกจากนี้กลุ่มเพื่อนฝูงยังมีอิทธิพลต่อวัยรุ่นทั้งการให้

ความรู้สึกมั่นคง สร้างประสบการณ์การอยู่รวมกันกับผู้คนหลากหลายรูปแบบ ขณะเดียวกันวัยรุ่นที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเพื่อนฝูงก็จะรู้สึกว่าคุณไม่เป็นที่ยอมรับ อย่างไรก็ตามกลุ่มเพื่อนฝูงอาจส่งเสริมให้เกิดความขัดแย้งระหว่างครอบครัวได้ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการใช้จ่ายเงิน กฎเกณฑ์ และสิทธิพิเศษต่างๆ

4. กลุ่มทางการ (Formally organized groups) เป็นกลุ่มที่จัดตั้งโดยโรงเรียน วัด และชุมชน เพื่อจัดกิจกรรมทางสังคมสำหรับวัยรุ่นทุกคน โดยกลุ่มทางการนี้จะช่วยให้วัยรุ่นที่ไม่ได้รับการยอมรับในกลุ่มเพื่อน และกลุ่มเพื่อนฝูงมีความอบอุ่น และพัฒนาทักษะทางสังคมให้วัยรุ่นสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมได้มากขึ้น ถึงกระนั้นกลุ่มทางการก็เป็นกลุ่มที่มีข้อจำกัด อาทิ เป็นการรวมกลุ่มขนาดใหญ่ ทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อวัยรุ่นที่ต้องการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด

5. แก๊ง (Gangs) เป็นการรวมกลุ่มทางสังคมที่เกิดจากวัยรุ่นซึ่งไม่ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อน ทำให้ต้องแสวงหาความมั่นคงและความอบอุ่นที่ได้อยู่ร่วมกันแบบกลุ่ม โดยสมาชิกที่อยู่ในแก๊งก็จะได้เรียนรู้ด้วยตนเองว่าควรประพฤติปฏิบัติตนอย่างไรให้เป็นที่ยอมรับของแก๊งนั้น แม้ว่ามาตรฐานที่แก๊งกำหนดนั้นจะเป็นการต่อต้านสังคมหรือเป็นพฤติกรรมเกรี้ยวตาม

6.1.3 การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเพื่อน

การเปลี่ยนผ่านจากวัยเด็กสู่วัยรุ่นนั้น ทักษะคิดและมุมมองที่มีต่อเพื่อนจะได้รับการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก พร้อมทั้งเพื่อนจะเข้ามามีอิทธิพลอย่างสูงต่อการดำเนินชีวิตของวัยรุ่น และชนิดของเพื่อนอาจกำหนดว่าวัยรุ่นจะพัฒนาไปในทิศทางใด มีพฤติกรรมอย่างไร ซึ่งมีประเด็นที่สามารถสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวกับเพื่อนได้ ดังนี้ (ประณต คำนิม, 2549)

1) ความปรารถนาที่จะเลือกเพื่อนอย่างอิสระ เป็นประเด็นที่สำคัญซึ่งอาจส่งผลต่อความขัดแย้งอื่น ๆ เนื่องจากวัยรุ่นมีความต้องการที่จะเลือกคบเพื่อนด้วยตนเอง แต่บ่อยครั้งที่ผู้ปกครองมักแนะนำหรือชักนำให้คบกับเพื่อนที่เหมาะสม ทั้งเพศเดียวกันหรือเพศตรงข้าม แต่วัยรุ่นมักมีปฏิกริยาต่อต้าน ซึ่งไม่ได้หมายความว่าเพื่อนที่ผู้ปกครองเลือกให้ นั้นไม่ดีหรือไม่เหมาะสม แต่เป็นเพราะผู้ปกครองกำลังก้าวภายในชีวิตมากเกินไป

2) จำนวนของเพื่อน มักจะมีความแตกต่างกันออกไปตามแต่ละช่วงวัย โดยวัยรุ่นตอนต้นมักจะมีเพื่อนจำนวนมาก แต่เมื่อเข้าสู่วัยรุ่นตอนปลาย มักจะมุ่งเน้นที่คุณภาพและความเหมาะสมมากกว่า โดยความเหมาะสมนั้นจะแตกต่างกันออกไปตามแต่ละบริบทและวัฒนธรรมของสังคม

3) คุณภาพของเพื่อนที่วัยรุ่นต้องการ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการกำหนดเกณฑ์คุณภาพของเพื่อนที่วัยรุ่นต้องการ มี 2 ปัจจัย คือ การเปลี่ยนแปลงความต้องการทางสังคมและความปรารถนาที่จะทำตามความคาดหวังของกลุ่ม โดยวัยรุ่นมักจะเลือกคบเพื่อนที่มีชื่อเสียง

ได้รับการยอมรับจากสังคม มากกว่าที่จะเลือกคบกับเพื่อนที่ไม่เป็นที่นิยมหรือขาดการยอมรับจากสังคม

4) เพื่อนที่เป็นเพศตรงข้าม วัยรุ่นจะมีการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมและทัศนคติเกี่ยวกับเพศตรงข้ามไปทีละน้อย โดยจะมีการกำหนดคุณสมบัติหรือความมุ่งหวังที่แตกต่างกับเพื่อนเพศเดียวกัน เนื่องจากบทบาทที่แตกต่างกันของเพื่อนต่างเพศจะเป็นมากกว่าเพื่อนสนิทหรือเพื่อนคู่คิด นอกจากนี้ทั้งวัยรุ่นชายและหญิงจะกำหนดคุณสมบัติในอุดมคติของเพื่อนต่างเพศจากอิทธิพลของสื่อมวลชนและผู้ใหญ่ที่วัยรุ่นชื่นชอบ

6.1.4 การเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคม

ทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมของวัยรุ่นนั้น มีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงคือ แรงกดดันทางสังคม ซึ่งส่วนใหญ่มีมาจากกลุ่มเพื่อน เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่มเพื่อนสูง โดยทัศนคติและพฤติกรรมที่แสดงออกอย่างเด่นชัด คือ (ประณต คำฉิม , 2549)

1) การมีกิจกรรมกับเพศตรงข้าม วัยรุ่นจะเริ่มสนใจและค่อย ๆ ลืมความเป็นปรปักษ์ระหว่างกันในช่วงวัยเด็กตอนปลาย และพัฒนาความสนใจในเพศตรงข้ามมากขึ้น โดยเด็กชายจะพัฒนาช้ากว่าเด็กหญิงประมาณ 1 ปี

2) การทำตามกลุ่ม นักจิตวิทยาสังคมโดยส่วนใหญ่แล้วเห็นพ้องต้องกันว่า การคล้อยตาม เป็นการที่บุคคลเปลี่ยนพฤติกรรม อันเป็นผลเนื่องมาจากความกดดันของกลุ่ม (Group pressure) กล่าวคือ เมื่อบุคคลคล้อยตาม ก็จะเกิดการเปลี่ยนพฤติกรรมหรือความเชื่อมาปฏิบัติตนเหมือนกับที่บุคคลอื่นในกลุ่มปฏิบัติกัน อันเป็นผลมาจากความรู้สึกที่ถูกกดดันจากกลุ่ม ซึ่งอาจเป็นความกดดันที่ปรากฏจากกลุ่มจริงหรือเป็นความเข้าใจที่บุคคลคิดขึ้นมาเองก็ได้ (นวลศิริ เปาโรหิตย์, 2551) โดยพฤติกรรมของวัยรุ่นก็เป็นไปตามหลักจิตวิทยาการคล้อยตามกัน แต่ถึงกระนั้นวัยรุ่นไม่ได้คล้อยตามหรือทำตามสมาชิกทั้งกลุ่ม แต่จะเลือกปฏิบัติหรือคล้อยตามผู้นำ หัวหน้า หรือสมาชิกที่ได้รับการยอมรับจากสังคมเป็นอย่างสูง โดยหลายครั้งวัยรุ่นมักทำตามกลุ่มเพื่อนอย่างสุดโต่ง ทั้งในด้านที่ดีและไม่ดี โดยสาเหตุสำคัญที่ทำให้วัยรุ่นทำตามกลุ่มเพื่อน คือ ชีวิตในโรงเรียนบีบบังคับให้ต้องติดต่อและใช้ชีวิตร่วมกับกลุ่มเพื่อนอย่างใกล้ชิด การมีกลุ่มเพื่อนจะสร้างความมั่นคง เข้มแข็ง และกำลังใจให้กับตัวเอง ประกอบกับความต้องการของวัยที่อยากใช้ชีวิตอย่างสนุกสนาน อยากพบเจออยากทำกิจกรรมกับเพศตรงข้าม อย่างไรก็ตามวัยรุ่นที่ทำตามกลุ่มเพื่อนมากเกินไปจะสูญเสียความเป็นตัวเอง เอกลักษณ์และความเคารพต่อผู้อื่น เกิดความกังวลกับการกระทำหรือความคิดที่แตกต่างกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งจะส่งผลต่อบุคลิกภาพและการเข้าสังคมในวัยผู้ใหญ่ได้เช่นกัน

3) การแสดงตัว สืบเนื่องจากความต้องการได้รับการยอมรับและการเห็นคุณค่าจากสังคม ดังนั้นวัยรุ่นจึงแสดงออกเพื่อเรียกร้องหรือกระตุ้นให้คนรอบข้างสนใจ เช่น การแต่ง

กายด้วยเสื้อผ้าสีสันสดใส พุดตลก พุดแสดงอำนาจ ฯลฯ แต่เมื่อวัยรุ่นโตขึ้น ประสบการณ์จะสอนให้รู้ว่าสิ่งใดควรหรือไม่ควร และจะเกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เหมาะสมมากขึ้น

4) การต่อต้านอำนาจผู้ใหญ่ เป็นทัศนคติและพฤติกรรมที่วัยรุ่นมักใช้การรักษาสิทธิของตนเอง โดยในวัยรุ่นพฤติกรรมดังกล่าวจะรุนแรงและเด่นชัดมากขึ้น โดยวัยรุ่นชายจะมีพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรงมากกว่าวัยรุ่นหญิง แต่เมื่อถึงจุดสูงสุดในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย การต่อต้านจะลดน้อยลง เนื่องจากผู้ใหญ่มีความเคร่งครัดลดลง และมีความเข้าใจในตัววัยรุ่นมากขึ้น

5) การช่วยเหลือผู้อื่น เป็นพฤติกรรมและทัศนคติที่วัยรุ่นจะได้เรียนรู้จากการเข้ากลุ่มเพื่อนว่าหากต้องการได้รับการยอมรับจากสมาชิกของกลุ่ม วัยรุ่นต้องช่วยเหลือผู้อื่นในกลุ่ม ตลอดจนการเรียนการสอนในชั้นเรียนที่ครูคาดหวังการช่วยเหลือของผู้อื่นมากขึ้น ผลของการเปลี่ยนแปลงจะทำให้วัยรุ่นสนใจในกิจกรรมของคนอื่นมากขึ้น พฤติกรรมนี้จะช่วยให้วัยรุ่นรู้สึกมีคุณค่า เห็นความสำคัญกับตนเอง

6) อคติ ในวัยรุ่นนั้น อคติเป็นผลจากการเรียนรู้ การวางเงื่อนไข หรือ การเลียนแบบ และมักจะสืบเนื่องมาจากในวัยเด็ก โดยจะมีความรุนแรงขึ้นในช่วงอายุ 12 – 16 ปี โดยปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการเกิดอคติ ได้แก่ พ่อแม่ เพศ ศาสนา บุคลิกภาพ วัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งผลของอคตินั้น จะทำให้วัยรุ่นแสดงความหยาบคายอย่างตั้งใจ เพื่อสร้างความรู้สึกภูมิใจ และรู้สึกว่าเขาเหนือกว่า และถึงแม้ว่าวัยรุ่นจะรู้ว่าการกระทำนั้นไม่ถูกต้อง แต่ก็พยายามหาเหตุผลมาสร้างความชอบธรรมในการกระทำดังกล่าว

7) สมรรถภาพทางสังคม เป็นความคล่องแคล่วว่องไวในการติดต่อกับผู้คน และสถานการณ์ทางสังคม ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญในการปรับตัวทางสังคมของวัยรุ่น และช่วยชดเชยพฤติกรรมต่อต้านสังคมของวัยรุ่นได้ ในการพัฒนาสมรรถภาพทางสังคมวัยรุ่นจะมีสมรรถภาพทางสังคมได้นั้นจะต้องเรียนรู้แบบแผนซึ่งเป็นที่ยอมรับทางสังคมและสามารถปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวัยรุ่นที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่บ้านที่ดีจะได้รับการอบรมสั่งสอน และได้รับคำแนะนำในการเรียนรู้สิ่งที่เป็นที่ยอมรับทางสังคมได้ดีกว่าคนที่มาจากครอบครัวที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่ต่ำ

6.2 ผลกระทบของกระบวนการทางสังคมต่อวัยรุ่นไทย

เสียงสะท้อนของผู้ใหญ่หลายคนที่ได้พบเจอกับพฤติกรรมของวัยรุ่นในปัจจุบันที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันว่าเสื่อมเสียและแตกต่างกับสังคมในอดีตที่เคยเติบโตมาอย่างสิ้นเชิง ทั้งพฤติกรรมที่ก้าวร้าว สมာธิสั้น ขาดความอดทนอดกลั้น ฯลฯ อันเนื่องมาจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว สมพงษ์ จิตระดับ (2557) ได้อธิบายถึงกระบวนการทางสังคมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมของวัยรุ่นไทยได้อย่างน่าสนใจและสอดคล้องกับแนวคิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในวัยรุ่น โดยสังคมไทยในอดีตนั้น เป็นสังคมที่หล่อหลอมให้เด็กไทยในเชิงการกำหนดคุณค่า ให้เติบโตมาเป็น

คนดี ลูกหลานแต่ละคนที่เกิดออกมาได้รับการเลี้ยงดูอย่างเอาใจใส่ทั้งจากพ่อแม่ สมาชิกอื่น ๆ ในครอบครัว ตลอดจนสมาชิกในชุมชน เมื่อเด็กเติบโตเข้าโรงเรียน ก็มีคุณครูเปรียบเสมือนพ่อแม่คนที่ 2 คอยอบรมดูแลและให้ความรู้อย่างเต็มที่ ศาสนามีบทบาทที่สำคัญในการอบรมสั่งสอนให้เยาวชนเติบโตมาเป็นคนดีมีศีลธรรมในสังคม สังคมในอดีตได้หล่อเลี้ยงให้เด็กไทยเติบโตมาในลักษณะประชาสังคม (Civic Society) ที่เปี่ยมไปด้วยวัฒนธรรมการให้ความรัก ความเอื้ออาทร การดูแลเอาใจใส่อย่างเหมาะสม เป็นกระบวนการทางสังคมที่สร้างคุณภาพ คุณลักษณะของเด็กไทยจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ประจำชาติ ทั้งความสุภาพอ่อนโยน การมีสัมมาคารวะ มีน้ำใจ ดำเนินชีวิตอย่างเรียบง่าย และประมาทตน

เมื่อสังคมไทยได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของโลก ที่มุ่งเน้นกระแสทุนนิยมสมัยใหม่ ธุรกิจและการบริการมุ่งเน้นเพียงการแข่งขัน มนุษย์เป็นผู้ผลิตที่สำคัญและเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนกลไกทางสังคม ทุกหน่วยของสังคมมีบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกันออกไป ส่งผลให้เกิดระบบชนชั้น ความสูงต่ำทางการศึกษา การเงิน ธรรมเนียม และตำแหน่งทางสังคม การลงทุนทางวัตถุย่อมสำคัญและเชื่อมโยงกับการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ ทั้งเครื่องแต่งกาย อาหาร รถยนต์ เทคโนโลยี ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ได้เปลี่ยนแปลงค่านิยม ทศนคติ และก่อให้เกิดจิตวิญญาณใหม่กับเด็กวัยรุ่นไทย

ด้วยมาตรฐานสมัยใหม่ที่ตีกรอบระบบเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมหลังไหลเข้ามาในประเทศไทยได้อย่างเสรี ทำให้ระบบสื่อมวลชนที่ถูกยึดครองด้วยแนวคิดธุรกิจแบบบริโภคนิยม วัฒนธรรม เข้ามาเปลี่ยนแปลงเด็กไทยให้กลายเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีอำนาจการซื้ออย่างไม่ยับยั้งชั่งใจได้อย่างเบ็ดเสร็จ ไม่เพียงเท่านั้น ระบบการศึกษาไทยก็ยังได้รับผลกระทบจากอิทธิพลดังกล่าวเป็นอย่างมาก ครูในฐานะแม่พิมพ์ของชาติ ต้องมุ่งพัฒนาทำผลงานเพื่อยกระดับวิทยฐานะให้มีคุณสมบัติตามตำแหน่งทางสังคมที่ปรารถนา ระบบการศึกษาที่เน้นตอบสนองต่อผลการเรียนอันพึงประสงค์ การแข่งขันรับรางวัล ดาว คະแนน ถูกปลูกฝังให้เด็กแข่งขันกันอย่างเอาเป็นเอาตายเพื่อแย่ง “จุดยืน” ที่เหนือกว่าในสังคม ระบบคุณธรรมจริยธรรมที่ไม่สามารถวัดผลได้ถูกลดทอนความสำคัญ มุ่งเน้นกระบวนการเรียนรู้เพื่อจำ สอบ ตอบได้ จนกลายเป็นพื้นฐานของระบบบริโภคนิยมในที่สุด

นอกจากนี้ครอบครัวซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการอบรมเลี้ยงดูให้เด็กไทยเติบโตขึ้นเป็นคนดี มีคุณธรรม ก็ได้รับผลกระทบและเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตไปอย่างไม่รู้ตัว การดำเนินชีวิตของครอบครัวในปัจจุบัน ก็ถูกหล่อหลอมด้วยมาตรฐานสากลของสังคมแบบทุนนิยมสมัยใหม่ที่กำหนดไว้ว่าต้องพร้อมสรรพไปด้วยบ้าน รถยนต์ เงินในบัญชีธนาคาร ตำแหน่งทางหน้าที่การงาน การคิดเพื่อผลประโยชน์ของบริษัทและตนเองคือปณิธานอันสูงสุด เพื่อให้ได้มาซึ่งชีวิตในอุดมคติจึงต้องแลกมาด้วยการสละเวลาที่จะอยู่กับลูก รูปแบบวิถีชีวิตถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับค่านิยมและคุณค่าที่เปลี่ยนไปของสังคม ส่งผลให้ครอบครัวตกอยู่ในสภาวะที่เคร่งเครียดและต้องแข่งขันอยู่ตลอดเวลา

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นคำตอบที่ว่าเพราะเหตุใดวัยรุ่นไทยจึงติดเพื่อนมากกว่าครอบครัว เพื่อนกลายเป็นคำตอบ ความหมาย และการอธิบายข้อค้นพบทั้งหมด

ข้อมูลอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการของศูนย์การศึกษาเพื่อเด็กด้อยโอกาส (สมพงษ์ จิตระดับ, 2557) ได้เผยแพร่ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนวโน้มของเด็กไทยพันธุ์ใหม่ที่แตกต่างไปจากเด็กไทยในอดีต เช่น การเสพยาแล้วจะทำให้มีเรี่ยวแรงมากขึ้น โลงใจ สมองปลอดโปร่ง สัมความทุกข์ อายากินเหล้าและสูบบุหรี่ คิดว่ายาบ้าเลิกไม่ยาก ครอบครัวมีภูมิหลังแยกทางกัน ขาดความอบอุ่น ต่างคนต่างอยู่ต่างไป ไม่มีรากของวัฒนธรรมไทย ขาดความสัมพันธ์อันดีกับครอบครัว ปฏิบัติตนเบี่ยงเบนเข้าสู่วัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น เป็นเด็กขี่เหงา เชื่อเพื่อน นึกสนุก อายากลอง อายากรู้ เป็นต้น

6.3 นักสูบบุหรี่ใหม่

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization, 2013) ได้จำแนกผู้สูบบุหรี่ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. ผู้สูบบุหรี่ในปัจจุบัน (Current smokers) หมายถึง ผู้ที่สูบบุหรี่ในทุกวัน (ผู้สูบบุหรี่รายวัน; Daily smokers) และครอบคลุมถึงผู้ที่สูบบุหรี่ในปัจจุบันแต่ไม่สูบบุหรี่ทุกวัน

1.1 เยาวชนที่สูบบุหรี่ในปัจจุบัน (Current youth smokers) หมายถึง ผู้ที่มีอายุตามที่กฎหมายแต่ละประเทศกำหนดไว้ว่าเป็นเยาวชน และเป็นผู้สูบบุหรี่อยู่ในปัจจุบัน

1.2 เยาวชนที่สูบบุหรี่ไร้ควันในปัจจุบัน (Current youth smokeless tobacco users) หมายถึง ผู้ที่มีอายุตามที่กฎหมายแต่ละประเทศกำหนดไว้ว่าเป็นเยาวชน และเป็นผู้สูบบุหรี่ไร้ควันอยู่ในปัจจุบัน เช่น moist snuff, plug, creamy snuff, dissolvable, dry snuff, gul, loose leaf เป็นต้น

2. ผู้สูบบุหรี่รายวัน (Daily smokers) หมายถึง ผู้ที่สูบบุหรี่อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ตลอดจนผู้ที่สูบบุหรี่อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง แต่ต้องหยุดสูบบุหรี่ในช่วงพิธีทางศาสนา ก็ยังคงจัดเป็นผู้สูบบุหรี่รายวัน

3. ผู้สูบบุหรี่เป็นครั้งคราว (Occasional smokers) หมายถึง ผู้ที่ไม่ได้สูบบุหรี่ในทุกวัน ได้แก่ ผู้ที่เคยสูบบุหรี่ทุกวัน แต่พยายามลดบุหรี่ โดยไม่ได้สูบบุหรี่ทุกวันแล้วในปัจจุบัน หรือ ผู้ที่สูบบุหรี่ 100 มวนขึ้นไปตลอดชีวิต และในปัจจุบันก็ยังคงสูบบุหรี่เป็นครั้งคราว ตลอดจนหมายรวมถึง ผู้ที่ทดลองสูบบุหรี่ ซึ่งอาจจะสูบบาน้อยกว่า 100 มวนตลอดชีวิต แต่ยังคงสูบบุหรี่เป็นครั้งคราวในปัจจุบัน

4. ผู้เคยสูบบุหรี่ (Former smokers) หมายถึง ผู้ใหญ่ (Adults) ที่เคยสูบบุหรี่ และในปัจจุบันสามารถเลิก หรือไม่สูบบุหรี่แล้ว

5. ผู้ไม่สูบบุหรี่ (Never smokers) หมายถึง ผู้ที่ไม่เคยสูบบุหรี่เลยในชีวิต

อย่างไรก็ตาม คำจำกัดความของ “นักสูบบุหรี่ใหม่” นั้น ไม่ได้มีการบัญญัติคำอย่างเป็นทางการจากองค์การอนามัยโลก แต่ในประเทศไทยมักใช้คำว่านักสูบบุหรี่ใหม่ในบริบทของการเริ่มต้นสูบบุหรี่ (smoking initiation) โดยข้อมูลจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2564) พบว่านักสูบบุหรี่ใหม่ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 200,000 คน และมีอายุอยู่ในช่วงวัย 19 – 24 ปี สอดคล้องกับผลการวิจัยของมาริสสาและคณะ (Reitsma et al., 2021) ซึ่งระบุอายุเฉลี่ยการเริ่มต้นสูบบุหรี่ของผู้สูบบุหรี่ในปัจจุบันของประเทศไทยอยู่ที่ 18.4 ปี

7. การพัฒนาทักษะของวัยรุ่นในระดับอุดมศึกษา

สืบเนื่องจากเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทยให้เติบโตจากประเทศรายได้ปานกลางระดับสูง (Upper-middle-income Country) เป็นประเทศรายได้สูง (High-Income Country) ภาครัฐบาลจึงมุ่งขับเคลื่อนนโยบายเศรษฐกิจนวัตกรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยในปัจจุบันให้กลายเป็นผู้ประกอบการนวัตกรรม (Innovation Driven Enterprise: IDE) มุ่งสร้างสรรค์และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม อันเป็นการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เศรษฐกิจสามารถเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด

ด้วยเหตุนี้ นโยบายการพัฒนาและการปฏิรูปประเทศ ทั้งในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (2561-2580) นโยบายประเทศไทย 4.0 และแผนพัฒนานโยบายและแผนวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (2555-2564) จึงสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าหน่วยงานภาครัฐ มุ่งเน้นการผลิตบุคลากรที่มีองค์ความรู้ในด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเป็นกำลังหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้สถาบันอุดมศึกษาในฐานะแหล่งผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพต้องปรับเปลี่ยนหลักสูตรต่าง ๆ ให้มีความทันสมัยและพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนให้มีความหลากหลาย รองรับการเปลี่ยนแปลงของนโยบายและรูปแบบการเรียนรู้ของนักศึกษาที่เปลี่ยนไป

แนวคิดเรื่องทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 หรือ ทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 จึงเป็นแนวคิดสำคัญที่ถูกนำมาใช้ในการขับเคลื่อนการพัฒนาการศึกษาให้มีสมรรถนะที่สอดคล้องต่อการพัฒนาของโลกยุคใหม่ (วิจารณ์ พานิช, 2555) โดยทักษะ หมายถึง ความชำนาญ ซึ่งมีที่มาจากคำภาษาอังกฤษว่า skill นอกจากนี้ คณะกรรมการจัดทำพจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ ร่วมสมัย ยังได้ขยายความของคำว่า ทักษะ (skill) มากขึ้นว่าหมายถึง ความชำนาญหรือความสามารถ ในการกระทำหรือการปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจเป็นทักษะด้านร่างกาย สติปัญญา หรือสังคม ที่เกิดขึ้นจากการฝึกฝน หรือการกระทำบ่อย ๆ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2557)

ทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ประกอบไปด้วยหลักการ 3R คือ Reading นักศึกษามีความสามารถในการอ่านออก, (W)riting นักศึกษามีความสามารถในการเขียนได้, (A)rithmetics

นักศึกษา มีความสามารถในการคิดคำนวณ และหลักการ 7C คือ Critical Thinking and Problem Solving ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณ และทักษะในการแก้ปัญหา, Creativity and Innovation ทักษะด้านการสร้างสรรค์ และนวัตกรรม, Cross-cultural Understanding ทักษะด้านความเข้าใจความต่างวัฒนธรรม ต่างกระบวนทัศน์, Collaboration Teamwork and Leadership ทักษะด้านความร่วมมือ การทำงานเป็นทีม และภาวะผู้นำ, Communications Information and Media Literacy ทักษะด้านการสื่อสารสารสนเทศ และรู้เท่าทันสื่อ Computing and ICT Literacy ทักษะด้านคอมพิวเตอร์ และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร Career and Learning Skills ทักษะอาชีพ และทักษะการเรียนรู้ (สารณี เลไธสง, 2563)

นอกเหนือจากทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 แล้ว สถาบันอุดมศึกษายังต้องพัฒนา นักศึกษาให้มีทักษะครอบคลุมทั้งในด้านสมรรถนะทักษะ (Hard skill) (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2557ข) และจรณทักษะ (Soft skill) โดยสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2557ก) ได้อธิบายถึงสมรรถนะ ทักษะ (Hard skill) ว่าหมายถึง ทักษะความสามารถในการทำงานที่ได้จากการเรียนรู้หรือการฝึกฝน วิชาการ วิชาชีพ ที่เป็นหลักสูตร หรือหลักสูตรระยะสั้น เพื่อใช้ในการเรียนต่อหรือใช้ในการประกอบ อาชีพ เช่น การอ่าน การเขียน การพูด การฟัง การใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ การทำบัญชี การทำ เกษตรกรรม การประมง การวิเคราะห์วิจัย การออกแบบ การคำนวณการก่อสร้าง การวาดภาพ การแสดง การขับร้องเพลง การเล่นดนตรี ฯลฯ ผลของสมรรถนะทักษะมีลักษณะเป็นรูปธรรม มองเห็น ได้ สัมผัสได้ และวัดและประเมินผลได้ โดยใช้เกณฑ์และวิธีการประเมินโดยทั่วไป ในส่วนของคำว่า จรณทักษะ (Soft skill) มีความหมายถึง ทักษะที่เป็นลักษณะเฉพาะหรือคุณสมบัติเฉพาะของบุคคล ในเรื่องความฉลาด ความสามารถทางอารมณ์ หรือความมีคุณธรรม มีลักษณะเป็นนามธรรม เช่น บุคลิกภาพ อุปนิสัย ความสุภาพ ความนุ่มนวลในการเข้าสังคม การใช้ภาษาติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ความเป็นมิตร การมองโลกในแง่ดี มีวุฒิภาวะ มีความคิดริเริ่ม สามารถควบคุมอารมณ์ ความรู้สึก ความเข้าใจความเป็นจริงของสภาพการณ์ต่าง ๆ จรณทักษะเป็นคุณลักษณะที่จะช่วยให้คุณ สามารถดำรงชีวิตร่วมกับผู้อื่นได้อย่างราบรื่น และสามารถทำงาน ประกอบอาชีพให้ก้าวหน้าได้เป็น อย่างดี จรณทักษะเป็นพฤติกรรมที่สร้างให้เกิดในบุคคลได้ตั้งแต่วัยเด็กจากวัฒนธรรม การอบรมเลี้ยง ดู และการเรียนรู้ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะทักษะทางสังคมมากกว่าการเรียนรู้ทาง วิชาการ และยังมีข้อจำกัดในการวัดและประเมินผลได้ยาก มักต้องใช้วิธีการสังเกต บันทึก และ วิเคราะห์พฤติกรรมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจากนิยามความหมายของสมรรถนะทักษะ (Hard skill) และจรณ ทักษะ (Soft skill) ข้างต้น จะเห็นได้ว่าทักษะดังกล่าวมีความสอดคล้องกับทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 เช่น Creativity and Innovation ทักษะด้านการสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ซึ่งนักศึกษาจะต้องมี สมรรถนะทักษะ (Hard skill) คือ องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ และองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง กับนวัตกรรม หลักการในการสร้างสรรค์นวัตกรรม จากนั้นจึงใช้จรณทักษะ (Soft skill) ในด้าน

ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรม นักศึกษาที่ได้รับการพัฒนาทั้งสมรรถนทักษะ (Hard skill) และจรณทักษะ (Soft skill) อย่างเหมาะสมแล้วจึงจะนำมาซึ่งทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 ที่มีสมรรถนะสูง

ด้วยความสำคัญของการพัฒนาให้นักศึกษามีสมรรถนทักษะ (Hard skill) และจรณทักษะ (Soft skill) นั้น สถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ จึงต้องปรับรูปแบบการเรียนการสอนให้มีความสอดคล้องในการพัฒนาทักษะอย่างเหมาะสม การจัดการเรียนการสอนในรูปแบบเดิม หรือ การฟังบรรยาย (Lecture Based Learning) แม้จะช่วยให้นักศึกษาได้รับองค์ความรู้และมีสมรรถนทักษะ (Hard skill) แต่นักศึกษาจะมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ในชั้นเรียนได้น้อย ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาจึงมีความพยายามในการผลักดันให้อาจารย์ผู้สอนจัดการเรียนรู้ในรูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) มากขึ้น เนื่องจากเป็นกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในชั้นเรียน สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างครูผู้สอนกับผู้เรียน มุ่งให้ผู้เรียนลงมือปฏิบัติ โดยมีอาจารย์เป็นผู้อำนวยความสะดวก (Facilitator) สร้างแรงบันดาลใจ ใ้คำปรึกษา ดูแล แนะนำ ทำหน้าที่เป็นโค้ชและพี่เลี้ยง (Coach & Mentor) แสวงหาเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้ และแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีความหมาย (Meaningful learning) ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ได้ มีความเข้าใจในตนเอง ใช้สติปัญญา คิด วิเคราะห์ สร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่บ่งบอกถึงการมีทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21 มีทักษะวิชาการ ทักษะชีวิต และทักษะวิชาชีพ บรรลุเป้าหมายการเรียนรู้ตามระดับช่วงวัย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2562) โดยมีลักษณะการจัดการเรียนรู้ในรูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active learning) ดังนี้ (นนทลี พรธาดาวิทย์, 2561)

1. ผู้สอนควรกำหนดเป้าประสงค์ (Purposive) โดยเป้าประสงค์นั้นควรสัมพันธ์กับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับผู้เรียน เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ เน้นการพัฒนาทักษะของผู้เรียนมากกว่าการเน้นเนื้อหา และเน้นการสร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้เพื่อสร้างให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต
2. ผู้เรียนควรมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวคิด การวางแผนการเรียนรู้ การยอมรับการประเมินผล และการนำเสนอผลงาน ซึ่งจะสนับสนุนให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ในเชิงรุกมากขึ้น
3. วิธีการจัดการเรียนรู้ต้องสามารถสะท้อนสิ่งที่ผู้เรียนได้เรียนรู้จากกิจกรรม และสามารถให้ผู้เรียนสามารถสะท้อนความคิดและข้อมูลต่าง ๆ ไปยังผู้สอนได้ในทันที
4. ควรมีกิจกรรมการเจรจา แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนและผู้สอน ซึ่งจะช่วยให้ทั้งผู้เรียนและผู้สอนได้เรียนรู้ซึ่งกันและกัน
5. ควรเปิดโอกาสให้ผู้เรียนวิพากษ์วิจารณ์ในสิ่งที่ผู้เรียนชื่นชอบ และไม่ชื่นชอบ ตลอดจนการวิพากษ์วิจารณ์เนื้อหาในการเรียนรู้ เพื่อนำความคิดเห็นต่าง ๆ ไปใช้ในการพัฒนาเนื้อหาสาระให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนมากขึ้น

6. ผู้สอนต้องออกแบบการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับความสนใจ และความแตกต่างของผู้เรียนแต่ละคน ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลให้ดียิ่งขึ้น

7. กิจกรรมในแต่ละกิจกรรมต้องมีความหมายให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับชีวิตจริง และสามารถนำองค์ความรู้ ทักษะที่ได้รับไปใช้ในการแก้ปัญหาได้ตามสภาพจริง (Authentic Situation)

8. การจัดการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่เรียนกับชีวิตจริง หรือสถานการณ์จริง ตลอดจนการบูรณาการรายวิชาต่าง ๆ ให้ผู้เรียนมีความรู้ความเข้าใจอย่างเหมาะสม จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้และทักษะไปประยุกต์ใช้ในการแก้ไขปัญหาในชีวิตจริงได้

9. ควรมีการจัดการเรียนรู้ที่มีการสร้างสถานการณ์เพื่อให้ผู้เรียนได้ใช้ความคิดในระดับสูง (Higher Order Thinking) ได้แก่ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ และการประเมินผล ซึ่งจะช่วยพัฒนาสมรรถนะการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ดีขึ้น

10. การจัดการเรียนรู้ที่ทำให้ผู้เรียนเกิดความรู้สึกสนุกสนาน ไม่น่าเบื่อ มีบรรยากาศในชั้นเรียนที่เอื้อต่อการทำงานร่วมกับผู้อื่น ใช้กระบวนการกลุ่ม และมีการประเมินผลที่หลากหลาย ทั้งตัวผู้เรียน สมาชิกในกลุ่ม และผู้สอน จะช่วยให้การเรียนรู้เชิงรุกเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

11. การจัดการเรียนรู้ไม่ควรจำกัดเฉพาะในห้องเรียน ผู้เรียนต้องสามารถเรียนรู้ได้ในทุกสถานการณ์ ทั้งในห้องเรียน ที่บ้าน ชุมชน และสามารถเรียนรู้ได้จากบุคคลที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะช่วยขยายขอบเขตขององค์ความรู้ให้ไม่มีขีดจำกัด

จากข้อมูลข้างต้น สะท้อนให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่ากระบวนการพัฒนาแบบกระแสหลัก ซึ่งเป็นแนวความคิดหลักในการพัฒนาประเทศไทยอันจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1-7 (พ.ศ.2504-2539) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาโดยมุ่งเป้าที่ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม ความเจริญทางวัตถุ เทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ อันเป็นการพัฒนาแบบบนลงล่าง โดยมีได้คำหนึ่งถึง “การมีส่วนร่วม” ของประชาชน ดังจะเห็นภาพสะท้อนได้อย่างชัดเจนจากวลีที่ว่า “น้ำไหล ไฟสว่าง ทางดี มีงานทำ” การรณรงค์เพื่อการเลิกสูบบุหรี่ มุมมองจากทางนักวิทยาศาสตร์สายสุขภาพที่มุ่งคิดค้น ประดิษฐ์นวัตกรรมเพื่อช่วยให้เลิกสูบบุหรี่ทั้งหมดฝรั่ง ลูกอม สารสกัดต่าง ๆ ฯลฯ นักวิทยาศาสตร์ของบริษัทบุหรี่ยังมุ่งพัฒนานวัตกรรมของบุหรี่ยี่ห้อใหม่ เย้ายวน กระตุ้นให้เกิดความอยากสู้อยากลอง ไม่เพียงเท่านั้น รูปแบบการใช้ชีวิต ค่านิยม ทักษะคติ เวลาและความอบอุ่นในครอบครัว ก็ไม่ได้รับความสำคัญเท่ากับปัจจัยอย่าง “เงิน” ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ทุกครอบครัวจึงต้องแข่งขันเพื่อดำรงชีวิตอยู่ในสภาพสังคมที่เร่งรีบ จึงไม่มีเวลาในการดูแลเอาใจใส่บุตรหลานเท่าที่ควร ปัจจัยทั้งหมดนี้ได้ปลุกฝังรากลึกลงไป ในสังคมไทยจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้ ดังนั้นการนำการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจร่วมกับกระบวนการวิจัยอย่างมีส่วนร่วม จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยก่อให้เกิดการประสานพลังของคน

หลายคนเข้าด้วยกัน โดยมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์เดียวกัน เพื่อสร้างโอกาสและมีอำนาจในการต่อรองได้มากกว่าการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ในรูปแบบการสื่อสารทั้งทางเดียว และการสื่อสารแบบ “คนนอก” มุ่งแก้ปัญหา “คนใน” ไม่เพียงเท่านั้น การมีส่วนร่วมยังก่อให้เกิดการสร้างสรรค การแลกเปลี่ยนความคิด สามารถสร้างความรู้และก่อให้เกิดนวัตกรรมใหม่ได้มากขึ้น ด้วยเหตุนี้ หากสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กลุ่มเป้าหมายสามารถกำหนดการสื่อสาร หรือมีส่วนร่วมอย่างเต็มรูปแบบในการกำหนดนโยบายในการขับเคลื่อนโครงการลดการสูบบุหรี่ ย่อมนำมาซึ่งผลกระทบในการรับรู้และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกาสูบหรี่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

แนวคิดการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมทางสังคม

1. นวัตกรรมทางสังคม (Social Innovation)

มานซีนิ (2561) ได้ให้คำนิยามนวัตกรรมทางสังคมไว้ว่าหมายถึง แนวความคิดใหม่ (ผลิตภัณฑ์ บริการ และรูปแบบ) ที่สนองต่อความต้องการ การสร้างความสัมพันธ์หรือการร่วมมือกันทางสังคมรูปแบบใหม่ หรืออาจกล่าวได้ว่า นวัตกรรมทางสังคม คือ ที่ซึ่งดีต่อสังคมและเสริมความสามารถในการลงมือทำร่วมกันของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเอ็มมาและพาสเกล (Rhule & Allotey, 2020) ที่ได้อธิบายนวัตกรรมทางสังคมไว้ว่า เป็นวิธีการแก้ปัญหาทางสังคมรูปแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพหรือมีความยั่งยืนมากกว่าวิธีการแก้ปัญหาเดิมที่เคยมีอยู่แล้ว ซึ่งนวัตกรรมทางสังคมมีได้จำกัดว่าจะต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ของโลกเท่านั้น แต่อาจเป็นกระบวนการ หรือการปรับปรุงพัฒนาวิธีการปฏิบัติเดิมก็ได้ อย่างไรก็ตามนวัตกรรมทางสังคม ต้องคำนึงถึงการพัฒนาหรือปรับให้เข้ากับความต้องการของชุมชนหรือสังคมเป็นสำคัญ

สืบเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันที่มุ่งเน้นความเจริญในรูปแบบของตัวเลข การขยายตัวทางเศรษฐกิจ ดังนั้นประชาชนจึงต้องเรียนรู้ที่จะใช้ชีวิตในสภาพเศรษฐกิจแบบบริโภคนิยม ใครที่มีความสามารถในการหาเงินมาจับจ่ายใช้สอยได้มากกว่า ก็สามารถอยู่ในสังคมได้อย่างสะดวกสบาย แต่ถึงกระนั้น ก็มีใ้ทุกคนที่จะสามารถยืนอยู่ในฐานะชนชั้นกลางได้ ดังนั้นประชาชนจำนวนหลายล้านคนจึงต้องอพยพย้ายถิ่นฐานจากชนบทมาแสวงหาความ “ศิวิไลซ์” ในเมือง ทำให้เกิดปัญหาทางสังคมโดยรวมตั้งแต่ระดับท้องถิ่นถึงระดับโลก ซึ่งแต่ละปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นไม่สามารถที่จะแก้ไขได้ในรูปแบบเศรษฐกิจแบบเดิม และโครงการแบบเดิมที่ดำเนินการแบบบนลงล่าง โดยที่ไม่เคยฟังเสียงของคนด้านล่าง ด้วยเหตุนี้ทั้งองค์กรและสถาบันทางสังคมต่าง ๆ จึงต้องแสดงบทบาทในการสร้างการมีส่วนร่วม และที่สำคัญ ประชาชน ครอบครัว ชุมชน ต้องเข้ามามีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ รู้จักในหน้าที่และบทบาทของตนเอง จึงเป็นสิ่งที่นวัตกรรมทางสังคมสามารถช่วยเหลือให้สังคมดีขึ้นได้ตามคำนิยามที่กำหนดไว้อย่างเป็นทางการนั้น ด้วยเหตุนี้ นวัตกรรมทาง

สังคมจึงเป็นปัจจัยที่ทรงพลังและมีศักยภาพในการสร้างการเปลี่ยนแปลงในระบบที่สังคมและเทคโนโลยีตอบสนองซึ่งกันและกัน

นวัตกรรมและสังคม ไม่ใช่สิ่งที่จะสามารถแยกขาดออกจากกันได้อย่างสิ้นเชิง มานซีนิ (2561) ได้อธิบายถึงความเกี่ยวเนื่องกันของเทคโนโลยีกับสังคมมนุษย์ว่า ทุกการเปลี่ยนแปลงของสังคม นับเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งทางสังคมและเทคนิคในเวลาเดียวกัน ดังนั้น นวัตกรรมทางสังคม จึงเป็นนวัตกรรมในระบบสังคมและเทคโนโลยีที่ตอบสนองซึ่งกันและกันอันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม ไม่ใช่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว

เมื่อได้ทำความเข้าใจกับนวัตกรรมทางสังคมแล้ว กระบวนการถัดมาที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรกต่อการเกิดนวัตกรรมทางสังคม คือ การออกแบบเพื่อนวัตกรรมทางสังคม ซึ่ง มานซีนิ (2561) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบว่า เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่การออกแบบระดับมืออาชีพทำได้ เพื่อกระตุ้นและเอื้อต่อการปรับทิศทางกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมไปสู่ความยั่งยืน โดยมีกระบวนการในการออกแบบ ดังนี้

1. คิด ออกแบบและทำเป็นโครงการ การออกแบบอย่างมืออาชีพเป็นกิจกรรมที่ต้องคิดและทำในรูปแบบของโครงการ โดยอาศัยการหยุดทำงานเป็นระยะ เพื่อคิดใคร่ครวญถึงสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลง แล้วจึงหาวิธีการจัดการให้ดีขึ้น แต่โครงการดังกล่าวนี้ไม่สามารถกระทำได้โดยผู้เขียนโครงการเพียงคนเดียว แต่ปัจจัยที่จะทำให้โครงการสำเร็จลุล่วงได้อย่างเป็นรูปธรรม คือ พันธมิตรด้านการออกแบบ ซึ่งพันธมิตรด้านการออกแบบในที่นี้ หมายถึง การรวบรวมบุคคลที่มีทักษะความสามารถที่จำเป็นมาใช้ในการออกแบบเพื่อสร้างนวัตกรรมทางสังคม เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นจากวิสัยทัศน์และแผนงานที่มุ่งไปสู่ทิศทางเดียวกัน

2. องค์กรประสานความร่วมมือ เป็นกลุ่มทางสังคมที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมที่มีการเชื่อมโยงกันอย่างมาก สมาชิกขององค์กรดังกล่าวจะมาร่วมมือกันโดยมีเป้าหมายที่ชัดเจน เพื่อสร้างสิ่งที่เกิดประโยชน์ต่อสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยลักษณะเฉพาะของการรวมตัวกันเป็นองค์กรประสานความร่วมมือ คือ เสรีภาพและความเปิดกว้างทางทัศนคติ โดยสมาชิกในองค์กรประสานความร่วมมือ อาจเป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้สนับสนุน หรือผู้คนที่เข้ามาร่วมมือกันสร้างบางสิ่งบางอย่าง โดยสมาชิกขององค์กรประสานความร่วมมือนี้จะมีลักษณะที่ชัดเจนถึงการมีส่วนร่วมกันอย่างแข็งขันของทุกฝ่าย ซึ่งนวัตกรรมทางสังคมก็จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อคนหลายคนหลายความเชี่ยวชาญ และสินทรัพย์วัตถุ เข้ามาสัมพันธ์กันในลักษณะใหม่ที่สามารถสร้างความหมายและโอกาสใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนได้ นอกจากนี้ การที่องค์กรแห่งความร่วมมือมารวมกันเพื่อขับเคลื่อนให้เกิดนวัตกรรมทางสังคมนั้น การสื่อสารขององค์กรดังกล่าว จะต้องผสมผสานปฏิสัมพันธ์ทั้งแบบล่างขึ้นบน แบบบนลงล่าง และระดับเดียวกัน แต่ถึงกระนั้นองค์กรประสานความร่วมมือควรริเริ่ม

การสื่อสารจากล่างขึ้นบนเป็นสิ่งสำคัญ ไม่ได้หมายความว่าความสำคัญทั้งหมดอยู่ที่คนในระดับรากหญ้า แต่เพราะองค์กรดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมอย่างเข้มแข็งของผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรง

3. การทำให้เห็นและสัมผัสได้ เนื่องจากปัญหาทางสังคมที่เกิดขึ้นมาความซับซ้อน และแนวทางการแก้ไขปัญหานั้นก็มีความซับซ้อนมากเช่นกัน ดังนั้นเพื่อให้องค์กรประสานความร่วมมือประชาชน ชุมชน หรือคนที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางสังคมในด้านใดด้านหนึ่ง ได้เห็นภาพอย่างเป็นรูปเป็นร่าง เป็นรูปธรรมมากขึ้น จึงควรใช้กระบวนการนำเสนอด้วยภาพ แผนภูมิ หรือแบบจำลอง อันจะทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การขยายสัญญาณและการสร้างพลวัต นอกเหนือจากการทำให้เห็นและสัมผัสได้ ผ่านกระบวนการนำเสนอด้วยภาพแล้ว โครงการนวัตกรรมทางสังคมต้องดำเนินการขยายสัญญาณเพื่อสร้างการรับรู้แก่ประชาชนทั่วไป และสามารถนำผลการดำเนินงาน และคุณค่าที่สามารถนำไปขยายจนเกิดเป็นประโยชน์ต่อสังคมในวงกว้าง ซึ่งการขยายสัญญาณหรือการเผยแพร่โครงการเพื่อสร้างพลวัตนั้น สามารถกระทำได้ตั้งแต่การนำเสนอข้อมูลแบบพูดคุยกัน การประชุมเชิงปฏิบัติการ การสัมมนา ฯลฯ

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการต่างประเทศ เช่น ฟาร์เมอร์ และคณะ (Farmer et al., 2018) ที่ได้ศึกษาวิเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมทางสังคมจากวารสารวิชาการในฐานข้อมูล SCOPUS และ Google Scholar แล้วจึงสังเคราะห์เป็นกระบวนการในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคม โดยมีลำดับขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กระตุ้นความคิด นวัตกรรมทางสังคมจะเกิดขึ้นได้นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน และต้องเป็นความต้องการพัฒนาของประชาชนในพื้นที่นั้นอย่างแท้จริง ดังนั้นผู้วิจัยหรือผู้สร้างนวัตกรรม ต้องกระตุ้นให้ประชาชนในพื้นที่เล็งเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้น จนนำไปสู่ความต้องการที่จะพัฒนาหรือปรับปรุงแก้ไขปัญหานั้น โดยในขั้นตอนนี้ผู้มีอำนาจในท้องถิ่น ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนต้องเกิดความร่วมมือในการระดมความคิด ทำความเข้าใจบริบทของท้องถิ่น และคิดแก้ไขปัญหาร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนานวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจของการพัฒนานวัตกรรม แต่ประชาชนส่วนใหญ่มักจะมี “กรอบ” ทางความคิดจากระบบการปกครอง ภูมิหลัง และการศึกษา ดังนั้นผู้วิจัยหรือผู้สร้างนวัตกรรมต้องมีความรู้ความเข้าใจสภาพแวดล้อมและบริบทของสังคมนั้น ๆ เป็นอย่างดี เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนกล้าที่จะแสดงออกซึ่งความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งผู้ที่มีอำนาจในการปกครอง และผู้นำทางความคิด มีความสำคัญในกระบวนการสนับสนุนและนำร่องให้เกิดการใช้นวัตกรรมทางสังคมในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาอย่างยั่งยืนและการแพร่กระจาย นวัตกรรมทางสังคมที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมา นั้น สามารถปรับลด เพิ่มขนาด เพิ่มกระบวนการเพื่อใช้ในพื้นที่ใหม่ได้ และการ

พัฒนานวัตกรรมทางสังคมให้ยั่งยืนนั้น ประชาชนและทุกภาคส่วนในท้องถิ่นต้องมีวิสัยทัศน์และความคาดหวังในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน จนเกิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มภาคีเครือข่ายผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสนับสนุนทรัพยากร และเรียนรู้ร่วมกันตลอดจนองค์กรระดับนโยบายในท้องถิ่นต้องสนับสนุนการใช้งาน

2. ความหมายของนวัตกรรม

คำว่า นวัตกรรม แรกเริ่มในภาษาไทยนั้น ใช้คำว่า นวกรรม ถือเป็นศัพท์บัญญัติของคณะกรรมการพิจารณาศัพท์วิชาการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ โดยมีรากศัพท์มาจากภาษาอังกฤษว่า Innovation เป็นคำนามมาจากคำกริยาว่า Innovate แปลตามรูปศัพท์ได้ว่า ทำใหม่ เปลี่ยนแปลง โดยนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามา โดยมีรากศัพท์มาจาก Inovare (in+novare = to renew, to modify) และเมื่อมีการพัฒนาคำยืมในภาษาไทย โดยใช้คำบาลี สันสกฤตแทน คำว่า นว (ใหม่) + กรรม (การทำ) จึงพิจารณาใช้คำบาลีว่า นวกรรม แต่ก็มีกำหนดความหมายในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2493 ของคำว่า นวกรรม แปลว่า การก่อสร้าง อยู่แล้ว ดังนั้นจึงพลิกแพลงคำในภาษาบาลีโดยใช้คำว่า นวัตกรรม ซึ่งเป็นรูปคำศัพท์คำนาม แปลว่า ความใหม่ ถ้าหากแปลรูปเป็นภาษาไทยจะกลายเป็น นวัตกรรม เนื่องจากมี ต ซ้อนกัน 2 ตัว และตัวหลังไม่มีสระกำกับ จึงตัดออกเหลือเพียง นวัตกรรม แต่ยังคงอ่านว่า นะ-วัต-ตะ จึงกลายเป็นที่มาของคำว่า นวัตกรรม และมีการให้ความหมายในแง่มุมของศัพท์บัญญัติวิชาการศึกษาว่า หมายถึง การนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมวิธีการที่ทำอยู่เดิม เพื่อให้ใช้ได้ดีขึ้น (บุญเกื้อ ครอบหาเวช, 2542)

ชาติรี ศรีไพพรรณ (2542) ได้อธิบายคำว่า นวัตกรรม ไว้ว่า นวัตกรรมเป็นการสร้างสรรค์ที่มีผลตอบแทนทางเศรษฐศาสตร์ นวัตกรรมเป็นกระบวนการที่บริษัทผู้ประกอบการมีความชำนาญและใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่ใหม่ต่อบริษัทผู้ประกอบการโดยมีจำกัดว่าการออกแบบหรือกระบวนการดังกล่าวจะเป็นสิ่งใหม่ในโลกนี้หรือแม้แต่ใหม่ในประเทศนั้น นวัตกรรมเกี่ยวข้องโดยตรงกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจเป็นการเปลี่ยนทีละเล็กทีละน้อย หรืออาจเป็นการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ กระบวนการนวัตกรรมเป็นกระบวนการที่ค่อนข้างสลับซับซ้อนและมีองค์ประกอบเกี่ยวข้องอยู่มากหลายองค์ประกอบ กระบวนการดังกล่าวเกี่ยวข้องกับการเกิดองค์ความรู้และการแพร่กระจายความรู้ที่มีศักยภาพทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีพร้อมกับการแปลงความรู้เหล่านั้นให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือกระบวนการใหม่

ลูค (2555) ได้อธิบายความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือการทำให้ปรากฏเป็นรูปธรรม การผสมผสาน หรือ การสังเคราะห์รวบรวมความรู้เดิมให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการหรือบริการใหม่ที่มีคุณค่าและมีความสำคัญ

จากการทบทวนความหมายของคำว่า นวัตกรรม พบว่าแต่ละนิยามความหมายของนวัตกรรมทั้งนักวิชาการไทย และนักวิชาการต่างประเทศมีความเกี่ยวข้องและความสอดคล้องกัน

คือ ความใหม่ และความเป็นกระบวนการ ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า นวัตกรรม เป็นกระบวนการในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยสิ่งนั้นอาจเป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ก็ได้ และความใหม่นั้นอาจเป็นสิ่งที่ไม่เคยเกิดขึ้นบนโลกใบนี้ หรือเป็นสิ่งที่พัฒนาต่อยอดจากสิ่งที่มีอยู่เดิมก็ได้ ถึงกระนั้น นวัตกรรมต้องเป็นสิ่งที่มีความหมายและยกระดับสิ่งที่เป็นอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น

3. ความคิดสร้างสรรค์ องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดในการพัฒนานวัตกรรม

ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดและเป็นส่วนสำคัญในการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้น โดยองค์ประกอบ 3 ประการของความคิดสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) ความเชี่ยวชาญ เป็นความรู้ด้านเทคนิคและความฉลาด 2) ทักษะในการคิดอย่างสร้างสรรค์ เป็นวิธีที่คนใช้ในการแก้ไขปัญหา 3) แรงจูงใจ เป็นความมุ่งมั่นตั้งใจ และปรารถนาที่จะแก้ปัญหา ผู้บริหารจึงควรเข้าใจและจัดสรรสภาพแวดล้อมที่จะกระตุ้นให้เกิดองค์ประกอบทั้ง 3 ได้ดังนี้ (แคช ราฟ, 2550; ลุค, 2555)

1. การจับคู่ให้เหมาะสม ดังคำกล่าวในสำนวนที่ว่า “Put the right man on the right job” เป็นการมอบหมายงานที่เหมาะสมให้กับบุคลากร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถใช้ศักยภาพของพนักงานได้อย่างเต็มที่ ตลอดจนเป็นการผลักดันให้เกิดทักษะการคิดสร้างสรรค์และสร้างแรงจูงใจจากภายในตนเองของพนักงานได้เป็นอย่างดี

2. การให้อิสระกับคน ผู้บริหารควรกำหนดผลลัพธ์ที่คาดหวังแล้วมอบหมายให้กับบุคลากรในองค์กร แต่ต้องให้อิสระในการค้นหาคำตอบ วิธีการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่คาดหวังนั้น ซึ่งการให้อิสระจะช่วยทำให้เกิดความผ่อนคลาย และเอื้อให้บุคลากรเกิดความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผน และลงมือปฏิบัติ

3. การใช้เวลากับทรัพยากรที่เพียงพอ บุคลากรไม่อาจใช้ความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ หากมีการกำหนดระยะเวลาที่กระชั้นชิดหรือเร่งรัด และการมีทรัพยากรที่จำกัด ผู้บริหารจึงต้องพิจารณาประเด็นดังกล่าวอย่างรอบคอบเพื่อสร้างบรรยากาศในการกระตุ้นให้เกิดองค์ประกอบ 3 ประการของความคิดสร้างสรรค์

นอกเหนือจากการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมภายในองค์กรให้เอื้อต่อการเกิดความคิดสร้างสรรค์แล้ว ยังคงมีแหล่งกำเนิดของความคิดสร้างสรรค์ซึ่งประกอบด้วยแหล่งภายในองค์กรและแหล่งภายนอกองค์กรอีกจำนวน 6 แหล่ง ดังนี้

1. ความรู้ใหม่ ๆ นวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานของความรู้ใหม่ ๆ นั้น มักก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิมอย่างสิ้นเชิง และอาจนำมาซึ่งประโยชน์สูงสุดต่อทั้งองค์กร ประเทศ หรือมวลมนุษยชาติ อย่างไรก็ตามนวัตกรรมที่เกิดขึ้นจากพื้นฐานของความรู้ใหม่ ๆ นั้น จะต้องอาศัยระยะเวลาและงบประมาณในการศึกษาค้นคว้า ทดลอง จนกว่าจะได้มาซึ่งนวัตกรรม เช่น ดาวเทียมกว่าที่มนุษย์จะสามารถสร้างสรรค์ ประดิษฐ์ ทดลอง ให้เกิดดาวเทียมขึ้นจริง ต้องอาศัยทั้งเวลา

การบูรณาการความรู้จากหลากหลายศาสตร์ ทั้งฟิสิกส์ ไฟฟ้า คณิตศาสตร์ ดาราศาสตร์ ฯลฯ พร้อมทั้งงบประมาณจำนวนมาก แต่ผลลัพธ์ที่ได้นั้นก็ยิ่งใหญ่เช่นกัน

2. ลูกค้ำ ลูกค้ำเป็นทั้งแหล่งกำเนิดของความคิดสร้างสรรค์และเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีที่สุดสำหรับการหาทางแก้ปัญหาที่ยังแก้ไขไม่ได้ ดังนั้นองค์กรในปัจจุบันจึงให้ความสำคัญกับลูกค้ำและพยายามหาความต้องการของลูกค้ำด้วยการวิจัยทางการตลาด การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การติดต่อลูกค้ำผ่านพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอ และการให้ลูกค้ำเสนอความคิดเห็นผ่านอินเทอร์เน็ต อย่างไรก็ตามลูกค้ำก็อาจเป็นดาบสองคมในการผลักดันให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ หรืออาจปิดกั้นโอกาสเกิดความคิดสร้างสรรค์ได้ หากองค์กรไม่สามารถคัดเลือกลูกค้ำที่เหมาะสม เช่น ลูกค้ำที่ให้ข้อมูลไม่มีความเข้าใจ ไม่มีความรู้ในทางเทคนิค และไม่มีความคิดสร้างสรรค์ หากองค์กรลองให้ลูกค้ำกลุ่มนี้จินตนาการยานพาหนะในอีก 5 ปีข้างหน้าที่ต้องการ ก็จะได้ภาพหรือข้อมูลที่ใกล้เคียงกับรถยนต์ที่วางขายอยู่ในร้านค้า เป็นต้น

3. เรียนรู้จากผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการ ผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการในกรณีนี้หมายถึงบริษัทและบุคคล ตลอดจนอาจเป็นลูกค้ำหรือไม่เป็นลูกค้ำก็ได้ แต่ผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการนั้น จะเป็นผู้ที่ตัดแปลง แก้ไข ประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่เพื่อวัตถุประสงค์ส่วนตัว เนื่องจากสินค้าที่มีอยู่แล้วไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ เช่น ซอฟต์แวร์แบบ Open Source ดังนั้นผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการกลุ่มนี้จึงเป็นแหล่งกำเนิดความคิดสร้างสรรค์ที่มีค่าต่อองค์กรเป็นอย่างมาก โดยส่วนใหญ่โครงการที่เรียนรู้จากผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการ จะได้รับการนำไปพัฒนาต่อยอดสร้างเป็นสายการผลิตสินค้าหรือบริการใหม่ แต่การวิจัยการตลาดแบบเดิมมักถูกใช้ในการปรับปรุงสินค้าหรือบริการที่มีอยู่แล้วให้ดีขึ้น ซึ่งองค์กรมักจะเรียนรู้จากผู้นำในการใช้สินค้าหรือบริการได้โดยบังเอิญ เช่น การเยี่ยมชมบ้านหรือสถานที่ของลูกค้ำโดยผู้แทนฝ่ายขายของบริษัท เป็นต้น

4. การออกแบบที่เอาใจเขาใส่ใจเรา เป็นวัตถุประสงค์หนึ่งในการสร้างความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนานวัตกรรม โดยใช้กระบวนการฝังตัวเข้าไปอยู่กับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อศึกษาความคิด ความชอบ วิถีชีวิต สังคม สิ่งแวดล้อม คล้ายกับกระบวนการทางมานุษยวิทยา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลสำคัญของลูกค้ำ โดยสามารถอธิบายกระบวนการดังกล่าวได้เป็น 5 ขั้นตอน คือ การสังเกต การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การระดมสมอง และการพัฒนาต้นแบบของการแก้ไขปัญหา การออกแบบที่เอาใจเขาใส่ใจเรา นอกจากจะช่วยให้เป้าหมายของการสร้างสรรค์นวัตกรรมสามารถตอบโจทย์ของลูกค้ำได้อย่างตรงจุดแล้ว ยังช่วยให้การออกแบบสินค้าหรือบริการในต่างพื้นที่ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นอีกด้วย

5. โรงงานผลิตนวัตกรรมและกลุ่มเฉพาะกิจ (Skunkworks) องค์กรขนาดใหญ่จำนวนมากได้สร้างและพัฒนาความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมจากหน่วยงานด้านวิจัยและพัฒนาอย่างเต็ม

รูปแบบ หรือ Research & Develop ซึ่งเรียกอีกนามหนึ่งว่า โรงงานผลิตนวัตกรรม ซึ่ง R&D ในระดับองค์กรจะเป็นหน่วยงานหลักที่มุ่งเน้นการผลิตนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงองค์กรไปอย่างสิ้นเชิง แต่ในอีกกรณีหนึ่งองค์กรก็สามารถสร้างสรรค่นวัตกรรมจากกลุ่มเฉพาะกิจ โดยการรวมตัวคนเก่งจากพื้นที่ต่าง ๆ และกำหนดวัตถุประสงค์เดียวกันเพื่อสร้างสรรค่นวัตกรรม ซึ่งอาจเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างสิ้นเชิง หรือเป็นนวัตกรรมที่เปลี่ยนอย่างค่อยเป็นค่อยไปก็ได้

6. การค้นหานวัตกรรมที่ได้มาจากการซื้อในตลาด ในปัจจุบันองค์กรสามารถซื้อความคิดสร้างสรรค์ตลอดจนนวัตกรรมได้ ทั้งจากการซื้อโดยตรง การร่วมลงทุน การร่วมกิจการ หรือการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ อย่างไรก็ตามการค้นหานวัตกรรมจากการซื้อในตลาด จำเป็นต้องตระหนักถึงความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก ตลอดจนค้นหาตลาดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่มีอยู่เดิมเพื่อเพิ่มมูลค่า นอกจากนี้องค์กรยังต้องใช้ประโยชน์จากภาคีเครือข่ายที่มีอยู่แล้วหรือเครือข่ายแบบเปิดซึ่งสามารถทำให้ความคิดสร้างสรรค์เหล่านั้นเป็นจริงได้ และเมื่อทราบแล้วว่า จะใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมใดในการพัฒนาต่อยอด จึงกระจายความคิดดังกล่าวภายในองค์กร เพื่อรับฟังความคิดเห็นและประเมินความเป็นไปได้จากบุคลากร อันนำมาซึ่งเป้าหมายสุดท้ายซึ่งใช้ในการดำเนินการพัฒนาขององค์กรต่อไป

4. การสร้างนวัตกรรมด้วยการออกแบบ

กระบวนการสร้างนวัตกรรมด้วยการออกแบบ เป็นการชี้แนะกระบวนการเพื่อให้การสร้างสรรค่นวัตกรรมสามารถสำเร็จได้ง่ายขึ้น อย่างไรก็ตาม กระบวนการสร้างนวัตกรรมดังกล่าวนี้ ไม่มีลำดับขั้นตอนที่ตายตัว สามารถสลับปรับเปลี่ยนได้ในสถานการณ์จริง โดยจะเริ่มต้นดังนี้ (แควซ ราฟ, 2550; ลุค, 2555)

1. การสำรวจสภาพแวดล้อม (Sense Intent) กระบวนการในขั้นตอนนี้ เป็นการศึกษาทำความเข้าใจในสภาพแวดล้อม ประเด็นทางสังคม ปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นในด้านของเทคโนโลยี การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ฯลฯ โดยสามารถทำได้ทั้งการอ่าน คิด สัมภาษณ์ แล้วจึงนำมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์และจุดเชื่อมโยง ตลอดจนการกำหนดคำถาม วัตถุประสงค์ และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ จากการพัฒนาหรือยกระดับนวัตกรรม และจัดทำแผนที่ตั้งต้นโอกาสทางนวัตกรรม โดยอาจเขียนเป็นแผนที่แบบ 2x2 เพื่อหาความเป็นไปได้ในการพัฒนานวัตกรรม

2. เข้าใจบริบท (Know Context) เมื่อได้ความคิดที่จะสร้างนวัตกรรมใด ๆ แล้ว จากนั้นจึงสำรวจบริบทที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมดังกล่าว โดยบริบทในที่นี้ ควรศึกษาให้รอบด้านและหลากหลายแง่มุม ทั้งการศึกษาภายในองค์กร การศึกษาองค์กรคู่แข่ง การศึกษานโยบายภาครัฐ ฯลฯ แล้วจึงนำมาเปรียบเทียบ วิเคราะห์ SWOT ตลอดจนสามารถสร้างการมีส่วนร่วมด้วยการอภิปรายกลุ่มเพื่อขยายประเด็นปัญหาและวิเคราะห์ข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น

3. การสำรวจผู้คน (Know People) ขั้นตอนนี้มุ่งเน้นการทำความเข้าใจกับ “คน” ทั้งผู้รับสาร และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งจะสามารถช่วยให้การพัฒนานวัตกรรมนั้น สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น โดยต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายก่อนในเบื้องต้น จากนั้นจึงใช้กระบวนการที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ทั้งการลงพื้นที่ การสังเกต การสัมภาษณ์ หรือการสร้างการมีส่วนร่วม ด้วยการจัดการสนทนากลุ่ม ฯลฯ เมื่อได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเพียงพอแล้ว จึงนำมาจัดระเบียบ เชื่อมโยงประเด็นสำคัญ และสรุปผลการสำรวจผู้คน

4. กรอบความเข้าใจที่ลึกซึ้ง เมื่อได้ข้อมูลทั้งการสำรวจบริบท และการสำรวจผู้คนแล้ว จึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล และใช้ทักษะในการ “ตั้งคำถาม” และ “คิดคำตอบ” ว่าเพราะเหตุใดจึงเกิดปรากฏการณ์นั้น ๆ ขึ้น ซึ่งการพิจารณาจนได้กรอบความเข้าใจที่ลึกซึ้งนั้น ควรมีลักษณะการระดมความคิด เพื่อให้ได้มาซึ่งเหตุผลที่หลากหลาย แล้วจึงหาข้อสรุปร่วมกัน เช่น การตั้งคำถามจากการสังเกตว่าทำไมคนโดยทั่วไปมักเลื่อนเก้าอี้เล็กน้อยก่อนที่จะนั่ง จากนั้นจึงระดมความคิดหาคำตอบที่มีเหตุผล ซึ่งอาจเป็นไปได้หลายแนวทาง เมื่อได้คำตอบเสร็จสิ้นแล้ว จึงร่วมกันจัดกลุ่มให้กับคำตอบเหล่านั้น แล้วจึงสร้างนิยามพร้อมคำอธิบายของแต่ละกลุ่มให้ชัดเจน และหารือร่วมกันว่า “แบบแผน” ที่ได้มาจากการจัดกลุ่มดังกล่าวมีความเหมาะสม ครบถ้วน เป็นประโยชน์หรือไม่ แล้วจึงสร้างแผนภาพกรอบงานโดยสรุป เพื่อให้เห็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ และบริบทที่จะนำไปสู่การสร้างแนวความคิดต่อไป

5. สำรวจแนวความคิด (Explore concept) เป็นขั้นตอนในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปพัฒนาต่อยอดเป็นนวัตกรรม โดยใช้การระดมความคิด ทดลอง กลั่นกรองจนได้แนวความคิดออกมา แล้วจึงพัฒนาเป็นต้นแบบ ทดลอง สังเกต และทำซ้ำจนได้แนวความคิดสุดท้ายที่เหมาะสมที่สุด

6. กรอบการแก้ไขปัญหา (Frame Solutions) เป็นขั้นตอนการประเมินแนวความคิดที่ถือว่ามีความเหมาะสมในการนำไปใช้จริงหรือไม่ อย่างไร ซึ่งอาจมีการปรับเปลี่ยน แก้ไข ให้สามารถเข้ากับความเป็นไปได้ ตลอดจนรายละเอียดของแนวความคิด วางกลยุทธ์ กระบวนการสื่อสาร เพื่อให้นำไปดำเนินการได้จริงอย่างสมบูรณ์

7. ข้อเสนอที่เป็นจริง (Realize Offering) ขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนการนำแนวความคิดที่ตกผลึกและพัฒนาจนสมบูรณ์แล้ว สร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ตลอดจนมีการประเมินผล ปรับปรุง และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่ากระบวนการในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมนั้นมีความสอดคล้องกันทั้งในประเด็นการกระตุ้นให้เกิดการวิเคราะห์ปัญหาและแก้ไขปัญหาร่วมกัน การคำนึงถึงบริบท สภาพสังคม และสาเหตุของปัญหาที่มีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละพื้นที่ ตลอดจนความยืดหยุ่นและการปรับปรุงพัฒนานวัตกรรมทางสังคมให้สอดคล้องกับสภาพของพื้นที่ชุมชนหรือสังคม

แต่ละสังคม ดังนั้นรูปแบบการศึกษาพัฒนานวัตกรรมทางสังคม จึงต้องมุ่งเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจนต้องประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เพื่อผลักดันให้ประชาชนเกิดความอยากที่จะมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาในสังคมของตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)

การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review) เป็นการสังเคราะห์องค์ความรู้รูปแบบหนึ่ง ซึ่งเร่งรัดกระบวนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบในรูปแบบเดิม (traditional systematic review) ผ่านการปรับปรุงกระบวนการหรือละเว้นขั้นตอนบางขั้นตอน เป็นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งองค์ความรู้/หลักฐานสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในประเด็นดังกล่าว (Garritty et al., 2021)

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) กับ การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)

ประเด็น	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review)	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)
ความหมาย	เป็นการทบทวนโดยมีวิธีการอย่างเป็นระบบ ทั้งการจำแนก การค้นหา การเลือก การประเมิน และการวิเคราะห์ข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	- ยังไม่ปรากฏความหมายที่เป็นทางการ - เป็นการสังเคราะห์องค์ความรู้รูปแบบหนึ่ง ที่ใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ แต่บางองค์ประกอบถูกทำให้เรียบง่าย และสามารถละเว้นได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเวลาอันเหมาะสม
รายละเอียด	<ul style="list-style-type: none"> - มักสนใจในคำถามด้านคลินิก และสนใจใน PICO - การค้นหาวรรณกรรมอย่างครอบคลุม (6 ฐานข้อมูล) - มีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเข้า-คัดออก - มีการประเมินคุณภาพงานวิจัย/บทความ - มีแบบฟอร์มการบันทึก-การสกัดข้อมูล 	<ul style="list-style-type: none"> - คำถามจะระบุแบบเบื้องต้น (อาจใช้ PICOS) - การค้นหาวรรณกรรมอย่างครอบคลุมและเป็นระบบ (3 ฐานข้อมูล) - มีการกำหนดเกณฑ์ในการคัดเข้า-คัดออก - มีการประเมินคุณภาพงานวิจัย/บทความ - มีแบบฟอร์มการบันทึก-การสกัดข้อมูล - มีการพิจารณา ให้ข้อจำกัดของการศึกษารวมถึงกระบวนการทบทวนวรรณกรรม

ตาราง 2 (ต่อ)

ประเด็น	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review)	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ แบบเร็ว (Rapid Review)
	<ul style="list-style-type: none"> - สังเคราะห์องค์ความรู้จากหลักฐานที่มีอยู่ทั้งหมด - มีการพิจารณา ให้ข้อจำกัดของการศึกษา รวมถึงกระบวนการทบทวนวรรณกรรม - แต่ละขั้นตอนต้องมีผู้อ่าน 2 คนแยกเป็นอิสระต่อกัน 	<ul style="list-style-type: none"> - แต่ละขั้นตอนใช้ผู้อ่านเพียง 1 คน
ข้อจำกัด	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ระยะเวลานาน โดยเฉลี่ย 1,139 ชั่วโมง - ใช้งบประมาณสูง โดยเฉลี่ย US\$ 100,000 - ใช้ทรัพยากรมาก 	<ul style="list-style-type: none"> - อาจมีอคติที่เกิดขึ้นจากการกระบวนการต่างๆที่ลดลง เช่น การสุ่มตัวอย่าง การคัดเลือกงานวิจัย
การสังเคราะห์	<ul style="list-style-type: none"> - สรุปเชิงคุณภาพพร้อมกับการวิเคราะห์อภิमान (เป็นการสังเคราะห์งานวิจัยเชิงปริมาณ ที่มีการศึกษาในประเด็นเดียวกัน มาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่ลึกกว่า) 	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้การพรรณนา หรือ การจัดกลุ่มของข้อมูล

จากข้อมูลในตาราง 2 จะเห็นได้ว่ารูปแบบการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) กับ การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review) มีความแตกต่างกันในรายละเอียดหลายประเด็น โดยมีปัจจัยที่สำคัญ คือ ประเด็นด้านระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ซึ่งการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) มีค่าใช้จ่ายที่สูง และใช้ระยะเวลานานกว่ามาก อย่างไรก็ตาม การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว ก็ยังคงมีข้อจำกัดด้านความครอบคลุมของข้อมูลและอคติที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการต่าง ๆ เช่น การค้นหาวรรณกรรม การคัดเลือกวรรณกรรม การวิเคราะห์วรรณกรรม เป็นต้น

(Andrea, Tricco, & Straus, 2015) นอกจากนี้ยังปรากฏรูปแบบการทบทวนวรรณกรรมอีกหลายประเภท ซึ่งมีรายละเอียดดังภาคผนวก ง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่อง การวิจัยและพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ โดยได้แบ่งประเด็นในการกล่าวถึงงานวิจัยเป็น 4 ประเด็น คือ

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสูบบุหรี่
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบ
3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันของการสื่อสารและการรักษาเพื่อลดการสูบบุหรี่
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวทางเพื่อลดการสูบบุหรี่

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการสูบบุหรี่

งานวิจัยในประเทศ

รุ่งรัตน์ พรชัยวัฒนากร (2540) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาวิจัย คือ กลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งเป็นนักศึกษาชั้นปีที่ 1-2 ในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลจำนวน 6 มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยเอกชนจำนวน 11 มหาวิทยาลัย จำนวน 402 คน ผลการศึกษาพบว่า เวลาว่างมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นตอนปลาย เพื่อนและบุคคลใกล้ชิด มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นตอนปลาย แต่บุคคลที่เชื่อถือ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นตอนปลาย ภาวะทางร่างกายที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นตอนปลาย คือ อาการไอบ่อย มีเสมหะมากกว่าปกติ อาการหายใจลำบาก แน่นหน้าอก หายใจติดขัด และภาวะทางจิตใจ ความเชื่อ ทศนคติ และค่านิยมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นตอนปลาย ในด้านสุขภาพ จิตใจ อารมณ์ และสังคม

จันทนา จันทรไพจิตร (2541) ได้ศึกษาเรื่อง เหตุผลในการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในจังหวัดเชียงใหม่ ที่โรงเรียนมีข้อมูลนักเรียนที่สูบบุหรี่ในโรงเรียนจำนวน 30 คนขึ้นไป โดยคัดเลือกโรงเรียนขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก สังกัดกรมสามัญศึกษา ขนาดละ 2 โรงเรียน จำนวนรวม 150 คน โดยผลการศึกษาพบว่า สาเหตุในการสูบบุหรี่ของนักเรียนจำแนกตามปัจจัยเชิงจิตวิทยาในระดับมาก คือ อยากรทดลองสูบ ในระดับปานกลาง คือ เพื่อผ่อนคลายความเครียด ปัจจัยทางสังคมและ

สิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อเหตุผลในการสูบบุหรี่ในระดับปานกลาง คือ เพราะเพื่อนชวนให้สูบบุหรี่ เพราะต้องการเข้าสังคมกับเพื่อนที่สูบบุหรี่ และต้องการการยอมรับจากเพื่อน พฤติกรรมการสูบบุหรี่จะเริ่มสูบบุหรี่ในอายุระหว่าง 13-16 ปี โดยใช้เวลาหลังเลิกเรียนและพักกลางวัน มักสูบบุหรี่ในห้องน้ำของโรงเรียน และในห้องน้ำนอกโรงเรียน

จิราพร สุวรรณธีรางกูร (2542) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น ในสถานศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงพรรณนาแบบภาคตัดขวาง โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6 จำนวน 3 โรงเรียน ในอำเภอเมือง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 404 คน ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามและการจัดการสนทนากลุ่ม โรงเรียนละ 10 คน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่โดยใช้ Multiple Logistic Regression ซึ่งผลการศึกษาวิจัยพบว่า มีนักเรียนสูบบุหรี่ร้อยละ 14.6 มีสัดส่วนการสูบบุหรี่ของเพศชายต่อเพศหญิง 3.9 ต่อ 1 ระดับชั้นเรียนที่มีผู้สูบบุหรี่มากที่สุด คือ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ คือ ปฏิสัมพันธ์ในครอบครัว โดยหากปฏิสัมพันธ์ในครอบครัวไม่ดี โอกาสที่วัยรุ่นจะสูบบุหรี่เพิ่มขึ้น 1.23 เท่า และหากมีระดับผลการเรียนต่ำ โอกาสที่นักเรียนจะสูบบุหรี่เพิ่มขึ้น 3.11 เท่า และหากเคยทดลองสูบบุหรี่แล้ว จะเพิ่มโอกาสในการสูบบุหรี่ต่อ ๆ ไป 68.9 เท่า

อ้อมใจ จิรพถุศิริ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของสตรีวัยรุ่น โดยใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงวิเคราะห์แบบย้อนหาสาเหตุ (analytical, case-control study) ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ วัยรุ่นเพศหญิงที่พักอาศัยในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 150 คน แบ่งเป็นผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ จำนวน 120 คน และผู้สูบบุหรี่ จำนวน 30 คน ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการสูบบุหรี่ในสตรีวัยรุ่น และการสูบบุหรี่ของผู้ปกครองเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการสูบบุหรี่ของสตรีวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001 และสตรีวัยรุ่นที่มีทัศนคติเป็นกลางต่อการสูบบุหรี่ มีโอกาสเสี่ยงที่จะเป็นผู้สูบบุหรี่ 13.13 เท่า ของกลุ่มที่มีทัศนคติไม่สนับสนุนการสูบบุหรี่ ดังนั้นบุคลากรด้านสุขภาพจึงควรจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมให้สตรีวัยรุ่นมีทัศนคติที่ไม่สนับสนุนการสูบบุหรี่ และควรรณรงค์การงดสูบบุหรี่ในพ่อแม่ผู้ปกครองของสตรีวัยรุ่นด้วย เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีในการประพฤติปฏิบัติตนของสตรีวัยรุ่นต่อไป

สุรัตนา พรวิวัฒน์ชัย (2553) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นโดยใช้รูปแบบการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 13-17 ปี อาจเป็นวัยรุ่นที่สูบบุหรี่หรือไม่สูบบุหรี่ก็ได้ จำนวนทั้งสิ้น 968 คน โดยใช้วิธีวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกเป็นสมการทำนาย ซึ่งผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ความรู้เกี่ยวกับผลกระทบจากการสูบบุหรี่ ความเชื่อเกี่ยวกับการสูบบุหรี่ ประสบการณ์การดื่มแอลกอฮอล์ จำนวนเพื่อนสนิทที่สูบบุหรี่ การจำกัดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ภายในบ้าน ความถี่ในการเห็นฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่ มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ เพศ พบว่า วัยรุ่นผู้ชายมีโอกาสสูบบุหรี่มากกว่าวัยรุ่นผู้หญิง 9.6 เท่า และการจำกัดพื้นที่สำหรับสูบบุหรี่ภายในบ้าน พบว่า วัยรุ่น ซึ่งผู้ปกครองที่บ้านมีการอนุญาตให้สูบบุหรี่ได้บางพื้นที่ภายในบ้าน มีโอกาสสูบบุหรี่มากกว่าวัยรุ่นที่บ้านไม่มีการอนุญาตให้สูบบุหรี่ภายในบ้าน 2.4 เท่า ดังนั้นในการรณรงค์และป้องกันไม่ให้วัยรุ่นสูบบุหรี่ จึงควรเน้นไปที่ครอบครัวและโรงเรียนเพราะเป็นสถานที่วัยรุ่นใช้เวลาเป็นส่วนใหญ่ ควรห้ามไม่ให้มีการสูบบุหรี่ภายในสถานที่ดังกล่าว และการรณรงค์เพื่อต่อต้านการสูบบุหรี่ควรทำควบคู่ไปกับการรณรงค์ต่อต้านการดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ เนื่องจากการดื่มแอลกอฮอล์เป็นปัจจัยกระตุ้นให้สูบบุหรี่มากขึ้น

งานวิจัยต่างประเทศ

ฟลินท์ และ โนวอทนี (Flint & Novotny, 1997) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง สถานะความยากจนกับความชุกของการสูบบุหรี่ในสหรัฐอเมริการะหว่างปี พ.ศ. 2526 – 2536 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความยากจนกับการสูบบุหรี่และการเลิกสูบบุหรี่ ศึกษาวิเคราะห์แบบภาคตัดขวางในกลุ่มประชากรที่เป็นพลเมืองและ Non-institutionalised ที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 236,311 คน ผลการศึกษาพบว่า ประชากรที่ยากจนจะมีแนวโน้มในการสูบบุหรี่ และมีแนวโน้มในการไม่เลิกสูบบุหรี่มากกว่าประชากรที่ไม่ยากจน อีกทั้งความยากจนยังมีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการสูบบุหรี่ ดังนั้นการพัฒนาโปรแกรมการลดการสูบบุหรี่ หรือการรณรงค์เพื่อการเลิกสูบบุหรี่จึงมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยความยากจนด้วย เพื่อพัฒนากระบวนการให้มีประสิทธิภาพสำหรับประชากรกลุ่มดังกล่าว

เบอร์เกส และคณะ (Burgess et al., 2014) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมการสูบบุหรี่ในชุมชนชาวม้ง เขมร ลาว และเวียดนามในรัฐมินนิโซตา ประเทศสหรัฐอเมริกา เนื่องจากชุมชนชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการสูบบุหรี่สูง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่ออัตราการเกิดโรครئةเรื้อรังที่สูงตามไปด้วย ดังนั้นการศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบรูปแบบการใช้ยาสูบในชุมชนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่อาศัยอยู่ในรัฐมินนิโซตา ประเทศสหรัฐอเมริกา ในประเด็นการหล่อหลอมโดยวัฒนธรรม และการปรับตัวให้เข้ากับการดำรงชีวิตในแบบอเมริกัน ซึ่งผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างในการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนจำนวน 60 คน ทั้งในรูปแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผลการวิจัยพบว่า ชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีวัฒนธรรมการใช้ยาสูบหรือบุหรี่เพื่อแสดงสถานภาพทางสังคม การแสดงความเคารพ และมีความเกี่ยวข้องกับการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อ ซึ่งในรัฐมินนิโซตา การสูบบุหรี่เป็นประจำไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม ซึ่งผู้สูบบุหรี่ที่เป็นเพศชาย จะมีความกดดันและมีความเครียดในการเลิกสูบบุหรี่ ดังนั้นในการพัฒนากระบวนการเลิกบุหรี่สำหรับชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในวัยผู้ใหญ่ จึงควรคำนึงถึงโครงสร้างทางสังคม วัฒนธรรม และความทุกข์ทางจิตใจของผู้สูบบุหรี่ด้วย

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบ

งานวิจัยในประเทศ

เฉลิมพงศ์ ขาวค้างพลู และนธกฤต วันตะเมธ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจยาสูบที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคยาสูบของนักศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารการตลาดออนไลน์มีการใช้การโฆษณาออนไลน์มากที่สุด รองลงมาคือการใช้สื่อบุคคลออนไลน์ การตลาดทางตรงออนไลน์ และการส่งเสริมการตลาดออนไลน์ตามลำดับ การเปิดรับการสื่อสารออนไลน์พบว่า การโฆษณาออนไลน์และการใช้สื่อบุคคลออนไลน์มีการเปิดรับอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการเปิดรับการตลาดทางตรงออนไลน์และการส่งเสริมการขายมีการเปิดรับอยู่ในระดับต่ำ และการประชาสัมพันธ์ออนไลน์มีการเปิดรับอยู่ในระดับต่ำที่สุด

ธีระพงศ์ สุขสวัสดิ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมด้านการบริโภคยาสูบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหงมีการเปิดรับสื่อการตลาดเพื่อสังคมด้านการบริโภคยาสูบผ่านสื่อออนไลน์ ด้านการโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางตรงออนไลน์ และการใช้สื่อบุคคลอยู่ในระดับมาก โดยนักศึกษาที่มีอายุต่างกัน จะเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมด้านการบริโภคยาสูบผ่านสื่อออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 อีกทั้งการเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมด้านการบริโภคยาสูบผ่านสื่อออนไลน์ มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการเลิกบริโภคยาสูบและพฤติกรรมการบริโภคยาสูบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

งานวิจัยต่างประเทศ

ลิงจี้ และแกลนซ์ (Ling & Glantz, 2002) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการตลาดของอุตสาหกรรมยาสูบเพื่อพัฒนาการรณรงค์ตราบุหรี่ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า อุตสาหกรรมยาสูบมุ่งทำการตลาดในกลุ่มคนทุกเพศ และทุกวัย โดยกำหนดส่วนแบ่งการตลาดและวัตถุประสงค์ตามทัศนคติของผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัย เพื่อสร้างแรงบันดาลใจและเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคให้ได้ประสิทธิผลสูงสุด ซึ่งแตกต่างกับกระบวนการทางสาธารณสุข ดังนั้นทั้งแพทย์และบุคลากรในหน่วยงานสาธารณสุข จึงควรใช้วิธีการทางจิตวิทยาเพื่อออกแบบการรณรงค์ในการงดสูบบุหรี่ตลอดจนในการจัดทำโครงการรณรงค์ต่าง ๆ ควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายในทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวัยหนุ่มสาว ตลอดจนผลการศึกษาวิจัยยังพบว่าข้อความควบคุมยาสูบที่เน้นถึงอันตรายของควันบุหรี่มือสองมีผลต่อการยอมรับทางสังคมของผู้สูบบุหรี่

เวคฟิลด์ และคณะ (Wakefield et al., 2002) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการทำการตลาด ณ จุดขายของอุตสาหกรรมยาสูบ ภายหลังจากการประกาศแนวนโยบายห้ามโฆษณาขายยาสูบในป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ โดยการศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการโฆษณาที่เปลี่ยนแปลงไป

หลังจากมีการประกาศใช้นโยบายห้ามโฆษณายาสูบผ่านสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ ดังนั้นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายยาสูบ จึงต้องเปลี่ยนรูปแบบไปใช้การโฆษณาผ่านสื่อ Point-of-purchase โดยผลการศึกษาพบว่าการเพิ่มปริมาณของสื่อโฆษณาเพื่อทำการตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดขายเป็นเรื่องที่น่าวิตกอย่างยิ่งต่อผู้ที่ต้องการลดการสูบบุหรี่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่เยาวชน เนื่องจากเยาวชนจะตอบสนองต่อการโฆษณาและการตลาดได้ดีกว่าวัยผู้ใหญ่ ตลอดจนสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย ยังเป็นการกระตุ้นให้เยาวชนผู้ที่สูบบุหรี่อยู่แล้วเพิ่มปริมาณการสูบบมากขึ้น และสร้างโอกาสในการเริ่มต้นทดลองสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ได้เป็นอย่างดี ดังนั้นแล้ว การห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบผ่านสื่อป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ นั้น ไม่ได้สร้างการป้องกันในการสูบบุหรี่ได้ เพราะโดยรวมแล้วมาตรการดังกล่าวไม่สามารถลดการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ยาสูบในประชาชนได้อย่างเด็ดขาด

เอสโคเบโด และคณะ (Escobedo et al., 2018) ได้ศึกษาวิจัยในเรื่อง การตรวจสอบเว็บไซต์ยาสูบเพื่อทำความเข้าใจกลยุทธ์การตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สุ่มเว็บไซต์ซึ่งเป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ยาสูบ 4 ประเภท ได้แก่ บุหรี่, ซิการ์, บุหรี่ไร้ควัน, และบุหรี่ไฟฟ้า จำนวน 12 เว็บไซต์ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาภายในเว็บไซต์ตามหมวดหมู่ ผลการศึกษาพบว่า เว็บไซต์ผลิตภัณฑ์ยาสูบร้อยละ 58 ผู้เข้าชมจำเป็นต้องลงทะเบียนออนไลน์ก่อนเข้าชม อย่างไรก็ตามเว็บไซต์บุหรี่ไฟฟ้าใช้วิธีการตรวจสอบโดยให้ผู้เข้าชมเลือกช่วงอายุ เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยาสูบประเภทซิการ์ มักจะนำเสนอในธีมที่เกี่ยวข้องกับ “ปาร์ตี้” ส่วนเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยาสูบประเภทบุหรี่ไฟฟ้า จะให้ความสำคัญกับเนื้อหาเกี่ยวกับการลดอันตรายและความปลอดภัยที่มากกว่าการสูบบุหรี่ปกติ อีกทั้งยังให้ความสำคัญกับเนื้อหาแบบ interactive มากกว่าเว็บไซต์ยาสูบประเภทอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดึงดูดและกระตุ้นความสนใจกับผู้ใช้ชม ดังนั้นหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงประเด็นการตรวจสอบอายุผู้เข้าชมให้มีความเข้มงวดมากขึ้น

คอลลินส์ และคณะ (Collins, Glasser, Abudayyeh, Pearson, & Villanti, 2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การตลาดและการสื่อสารของบุหรี่ไฟฟ้า เนื่องจากในประเทศสหรัฐอเมริกายังขาดกฎระเบียบด้านการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ไฟฟ้า ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการทำการตลาดของบริษัทผู้ผลิต ซึ่งจากผลการค้นหาคำสำคัญบนฐานข้อมูลออนไลน์ PUBMED เช่นคำว่า e-cigarette, electronic nicotine delivery, vaping เป็นต้น ปรากฏว่ามีบทความตีพิมพ์จำนวน 124 เรื่องที่ศึกษาในประเด็นดังกล่าว ผลจากการวิเคราะห์วรรณกรรมพบว่า ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่เพิ่มขึ้น และการสร้างการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์สามารถทำให้บุหรี่ไฟฟ้าถูกนำมาใช้เป็นทางเลือกทดแทนการสูบบุหรี่แบบปกติได้ นอกจากนี้การเปิดรับสื่อโฆษณายูทูปบุหรี่ยังมีความเกี่ยวข้องกับการทดลองสูบบุหรี่ในวัยรุ่นอีกด้วย

ไอชิป และแคลเวิร์ท (Isip & Calvert, 2020) ได้ศึกษาวิจัยในหัวข้อ การวิเคราะห์ กลยุทธ์การตลาดสำหรับเยาวชนของบริษัทยาสูบขนาดใหญ่และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเริ่มต้นการ สูบบุหรี่ของเยาวชนชาวไนจีเรีย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาและประเด็นที่ เกี่ยวข้องกับการตลาดของอุตสาหกรรมยาสูบผ่านเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผล การศึกษาพบว่าบริษัทยาสูบข้ามชาติขนาดใหญ่ (Transnational Tobacco Companies: TTCs) เห็นว่าประเทศไนจีเรียเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับ 7 ของโลก และมีศักยภาพใน การสร้างรายได้ที่สำคัญ เนื่องจากมีประชากรที่เป็นเยาวชนเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้เยาวชนยังสามารถเข้าถึงบุหรี่ได้ง่ายผ่านร้านค้าปลีกที่ใกล้โรงเรียนและสถานที่ที่เยาวชนไปบ่อยครั้ง อีกทั้ง กฎระเบียบการห้ามขายบุหรี่ให้กับเยาวชนกลับไม่มีการบังคับใช้โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกลยุทธ์ ทางการตลาดที่สำคัญคือการทำโฆษณาผ่านกิจกรรม CSR การใช้กลยุทธ์ในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ ของตนเองผ่านพฤติกรรมการสูบบุหรี่ และการกำหนดภาพลักษณ์ของตราสินค้า ราคา และช่องทาง การจัดจำหน่ายให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งการตลาดที่ประสบความสำเร็จในประเทศ ไนจีเรีย สามารถนำไปกำหนดเป็นต้นแบบกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับประเทศที่มีรายได้ต่ำถึง ปานกลาง คล้ายคลึงกับประเทศไนจีเรียได้

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัจจุบันของการสื่อสารและการรักษาเพื่อลดการสูบบุหรี่

งานวิจัยในประเทศ

พิมพ์เพ็ญ ธนาคุณ (2543) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อ การไม่สูบบุหรี่ โดยใช้กระบวนการศึกษาวิจัยเชิงทดลอง โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็นกลุ่มละ 60 คน จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มหนึ่งให้ชมเว็บไซต์โครงการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ และอีกกลุ่มหนึ่งไม่ได้รับชม เว็บไซต์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มที่ได้รับชมเว็บไซต์จะมีความรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจในการเลิกบุหรี่ มากกว่า โดยเว็บไซต์มีความสัมพันธ์กับความรู้ ทักษะคิด และความตั้งใจในการเลิกสูบบุหรี่อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าความรู้ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการเลิก บุหรี่ จึงอาจกล่าวได้ว่าหากมีความรู้ แต่ไม่มีทักษะคิดที่ดีในการเลิกบุหรี่ ก็ส่งผลให้ไม่สามารถเกิดความ ตั้งใจในการเลิกบุหรี่ได้

วรารัฐ กีฬาแปง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพของสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในเยาวชนอายุระหว่าง 15-24 ปี โดยใช้ กระบวนการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชนอายุ 15-24 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารของกลุ่มตัวอย่าง ต่อสื่อรณรงค์อยู่ในระดับที่ต่ำ กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของสื่อรณรงค์ในระดับ

ปานกลาง สามารถจดจำเนื้อหาของสื่อรณรงค์ได้ในระดับต่ำ มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมการสูบบุหรี่ใน
อนาคตระดับปานกลาง แต่มีทัศนคติไม่เห็นด้วยกับการสูบบุหรี่

ธาดา เศรษฐบุตร (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การรับรู้ข่าวสารของวัยรุ่นต่อการรณรงค์เพื่อ
การไม่สูบบุหรี่ โดยใช้กระบวนการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก
จำนวน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มตัวแทนหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ กลุ่ม
อาจารย์สถาบันการศึกษา และกลุ่มนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 50 คน แบ่งตามช่วงวัยรุ่น
ตอนต้น 25 คน และวัยรุ่นตอนปลาย 25 คน โดยผลการศึกษาวิจัย พบว่า สื่อที่ใช้ในการรณรงค์เพื่อ
การไม่สูบบุหรี่ ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ประกอบไปด้วยโปสเตอร์ สติกเกอร์ โฆษณาทาง
วิทยุและโทรทัศน์ และแผ่นวีดิทัศน์ ซึ่งกระบวนการจัดทำสื่อ นั้น ทางมูลนิธิ จะทำการจัดทำจาก
การพิจารณาถึงการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของแต่ละโครงการเป็นหลัก ซึ่งผลจากการรณรงค์เพื่อการไม่
สูบบุหรี่ สามารถก่อให้เกิดผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น เพราะการรณรงค์
จะก่อให้เกิดการเสริมสร้างความรู้ และก่อให้เกิดผลกระทบทางความรู้สึกของวัยรุ่น อีกทั้งกลุ่มวัยรุ่นที่
เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักเปิดรับข้อมูลข่าวสารและเปิดรับรายละเอียดเกี่ยวกับการสื่อสารของโครงการ
รณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ และทิติพงษ์ สุทธิรัตน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อ
ความรู้และพฤติกรรมมีส่วนร่วมในการรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นในเขต
กรุงเทพมหานคร โดยใช้กระบวนการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บแบบสอบถามกับกลุ่ม
ตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานครที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า
กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารรณรงค์เพื่อ
การงดสูบบุหรี่แตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับข่าวสารรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ จากภาพ
คำเตือนบนซองบุหรี่มากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างไม่เคยมีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือให้ความร่วมมือใน
การรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่มากถึงร้อยละ 72 และเพศหญิงจะมีพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมใน
การรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่มากกว่าเพศชาย

ศิตกาล พรหมวิมานรัตน์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์สถานการณ์การดูแลเด็ก
วัยรุ่นที่เป็นโรคติดบุหรี่ โรงพยาบาลทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย โดยใช้กระบวนการศึกษาวิจัยเชิง
คุณภาพ กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักคือ เด็กวัยรุ่นที่เป็นโรคติดบุหรี่ ศึกษาอยู่ในโรงเรียนมัธยมประจำ
อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย จำนวน 10 คน ครูประจักษ์ของเด็กวัยรุ่นอีกจำนวน 10 คน แกนนำ
ชุมชนจำนวน 10 คน และพยาบาลผู้ให้การดูแล จำนวน 1 คน ผลการศึกษาพบว่า เด็กวัยรุ่นซึ่งเป็น
ผู้ให้ข้อมูลหลักไม่มีความรู้ในการปฏิบัติตนเพื่อเลิกสูบบุหรี่ และยังไม่มีความเชื่อมั่นในวิธีการช่วยเหลือ
ตลอดจนมีทัศนคติว่าการบำบัดทำให้เสียเวลาเรียน กลัวผู้ปกครองตำหนิ อีกทั้งยังอยู่ใน
สภาพแวดล้อมที่มีคนสูบบุหรี่ จึงไม่สามารถเลิกบุหรี่ได้ นอกจากนี้ครูประจำชั้นของวัยรุ่นกลุ่มนี้

ยังไม่ทัศนคติว่าการดูแลไม่มีประสิทธิภาพ ขาดความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของแกนนำชุมชน ผลการศึกษาพบว่า แกนนำชุมชนไม่ได้รับการยอมรับให้ดูแลช่วยเหลือเด็กวัยรุ่นกลุ่มนี้ แม้ว่าจะมีการปฏิบัติการช่วยเหลือที่หลากหลายแต่ก็ไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากไม่ได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่าย ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงเสนอแนะแนวทางในการจัดการดูแลเด็กวัยรุ่นที่เป็นโรคติดบุหรี่ โดยให้ทุกหน่วยงานพัฒนาแนวทางในการดูแลร่วมกัน และให้การดูแลอย่างต่อเนื่องเหมาะสม

งานวิจัยต่างประเทศ

อาห์ลูวาเลีย และคณะ (Ahluwalia, McNagny, & Clark, 1998) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การเลิกสูบบุหรี่ในชาวแอฟริกันอเมริกันโดยใช้แผ่นแปะนิโคตินทางผิวหนัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพของแผ่นแปะนิโคตินทางผิวหนังสำหรับเลิกสูบบุหรี่ในชาวแอฟริกันอเมริกันที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง ใช้กระบวนการสุ่มหมายเลขผู้ป่วยทางคอมพิวเตอร์ได้จำนวน 410 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอายุเฉลี่ย 48 ปี เป็นเพศหญิงร้อยละ 65 มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาร้อยละ 51 มีรายได้ต่อครัวเรือนต่อปีน้อยกว่า 8,000 เหรียญดอลลาร์สหรัฐ และมีปริมาณการสูบบุหรี่ต่อวันมากกว่า 20 มวน อัตราการเลิกสูบบุหรี่ภายใน 10 สัปดาห์ด้วยแผ่นแปะนิโคตินทางผิวหนังอยู่ที่ร้อยละ 21.5 และมีอัตราการเลิกสูบบุหรี่ภายใน 10 สัปดาห์ด้วยแผ่นแปะนิโคตินลอก ร้อยละ 13.7 ดังนั้นแผ่นแปะนิโคตินสำหรับการเลิกบุหรี่ยังมีส่วนช่วยในการปรับพฤติกรรมและสามารถช่วยให้เลิกบุหรี่ในระยะสั้นสำหรับประชากรชาวแอฟริกันอเมริกันที่มีความต้องการเลิกบุหรี่ได้ด้วยเหตุนี้โครงการเลิกบุหรี่ต่าง ๆ จึงควรคำนึงถึงความเหลื่อมล้ำทางสังคมของประชากรที่ด้อยโอกาสในการเข้าถึงการรักษาเพื่อเลิกบุหรี่ด้วย

ลิปคัส, ลิปคัส ลีน่า, และไรเมอร์ (Lipkus, Lyna, & Rimer, 1999) ได้ศึกษาเรื่องการช่วยเหลือที่เหมาะสมในการเพิ่มประสิทธิภาพการเลิกสูบบุหรี่ในประชาชนชาวแอฟริกันอเมริกันที่ศูนย์สุขภาพชุมชน โดยผู้วิจัยใช้วิธีการช่วยเหลือ 3 รูปแบบ คือ ผู้ให้บริการด้านสุขภาพพูดกระตุ้นเพียงอย่างเดียว ผู้ให้บริการด้านสุขภาพช่วยเหลือด้วยการสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และผู้ให้บริการด้านสุขภาพพูดกระตุ้น ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และให้คำแนะนำผ่านโทรศัพท์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่าง 160 คน สามารถเลิกบุหรี่ได้ร้อยละ 21.8 โดยผู้สูบบุหรี่ที่ได้รับการสื่อสารโดยการบูรณาการจากผู้ให้บริการด้านสุขภาพทั้งการพูดกระตุ้น ใช้สื่อสิ่งพิมพ์ และให้คำแนะนำผ่านโทรศัพท์ มีแนวโน้มที่จะสามารถเลิกบุหรี่ได้มากกว่าการพูดกระตุ้นเพียงอย่างเดียว (32.7% เทียบกับ 13.2%, $p < 0.05$) ดังนั้น การปรับแต่งการสื่อสารให้เหมาะสมกับผู้สูบบุหรี่จะสามารถช่วยให้เลิกบุหรี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในประชากรผู้สูบบุหรี่ชาวแอฟริกันอเมริกัน

กฤษณะ-สาริน และคณะ (Krishnan-Sarin et al., 2006) ได้ศึกษาวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับการจัดการตามสถานการณ์สำหรับการเลิกสูบบุหรี่ในวัยรุ่น โดยเป็นการศึกษานำร่องในการผสมผสานกระบวนการจัดการตามสถานการณ์ (Contingency Management) ร่วมกับการ

บำบัดทางพฤติกรรม (Cognitive-behavioral therapy) สำหรับการเลิกสูบบุหรี่ในวัยรุ่น โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มทดลองออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 ให้ใช้กระบวนการบำบัดทางพฤติกรรมเพียงอย่างเดียว และกลุ่มที่ 2 ผสมผสานกระบวนการจัดการตามสถานการณ์ ร่วมกับการบำบัดทางพฤติกรรม โดยทดลองเป็นระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยพบว่า การใช้กระบวนการจัดการตามสถานการณ์ (Contingency Management) สามารถช่วยให้กลุ่มวัยรุ่นเลิกสูบบุหรี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (1 สัปดาห์: 76.7% ; 1 เดือน: 53.0%)

พราโด และคณะ (Prado et al., 2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาในชีวิตจริงเกี่ยวกับประสิทธิผลของวิธีการทางเภสัชวิทยาที่แตกต่างกันในการรักษาเพื่อการเลิกสูบบุหรี่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการทดลองจำนวน 868 คน ซึ่งจะได้รับการบำบัดทางพฤติกรรมในจำนวน 4 ชุด และรับยาโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย โดยผลการศึกษาวิจัยพบว่า จำนวนผู้เข้าร่วมการทดลองเป็นเพศหญิง จำนวน 68.8 % มีอายุเฉลี่ย 49.6 ปี และมีปริมาณการสูบบุหรี่ต่อวันเฉลี่ย 25 มวน สรุปผลการศึกษาวิจัยการรักษาโดยใช้กลุ่มนิโคตินทดแทน (Nicotine Replacement Therapy: NRT) ร่วมกับการใช้ยาในกลุ่มที่ไม่มีส่วนผสมของนิโคติน อย่างนอร์ทริปทีลีน (Nortriptyline) ให้ผลลัพธ์ในการรักษาเพื่อการเลิกสูบบุหรี่ได้ดี อย่างไรก็ตามการแปลผลผลลัพธ์ที่ค้นพบจากการทดลองทางคลินิกนั้น ควรคำนึงถึงข้อจำกัดของการรักษาในรูปแบบผู้ป่วยของจริงด้วยเช่นกัน

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวทางและการมีส่วนร่วมเพื่อลดการสูบบุหรี่ งานวิจัยในประเทศ

ณัฐพล พลเยี่ยม (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาบทบาทของเยาวชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการสูบบุหรี่ในชุมชนบ้านม่วงคำ ตำบลอินทิล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นเยาวชน อายุ 15-25 ปี มีการใช้รูปแบบการเก็บข้อมูลที่หลากหลาย ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การทำแผนที่ความคิด การใช้การ์ดเทคนิค การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และการประชุมระดมความคิดเพื่อสร้างอนาคตร่วมกัน ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านม่วงคำเป็นชุมชนที่มีเยาวชนเป็นจำนวนมาก อาศัยอยู่กับครอบครัว มีความสามัคคีอยู่กับเป็นเครือญาติ แต่มีจุดอ่อน คือ เยาวชนขาดความรับผิดชอบ ติดเพื่อน ติดการพนัน มีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร และเริ่มสูบบุหรี่ เนื่องจากในอดีต ผู้ใหญ่ในชุมชนก็เสพติดบุหรี่เช่นกัน เยาวชนถูกใช้ให้ไปซื้อบุหรี่ และเห็นการสูบบุหรี่เป็นเรื่องปกติ ทำให้ผู้ปกครองไม่ไว้วางใจในตัวเยาวชน แต่ผู้นำชุมชนพร้อมส่งเสริมการทำกิจกรรมของเยาวชน โดยก่อนหน้านี้ชุมชนนี้ไม่เคยมีเยาวชนที่มีส่วนร่วมในการทำงานกับชุมชน แต่ปัจจุบันกลุ่มเยาวชนมีความตั้งใจในการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม มีการจัดกิจกรรมเพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาการสูบบุหรี่ ตระหนักรู้ถึงพิษภัยในการสูบบุหรี่มากขึ้น แต่ลำพังกลุ่มเยาวชนอาจทำได้ไม่ครอบคลุมและต่อเนื่อง ดังนั้นจึงต้องอาศัย

ความร่วมมือร่วมใจจากคนในชุมชนในการให้คำปรึกษาแนะนำ และให้ข้อคิดที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาต่อไป

วรรณชนก จันทุม (2549) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาทวิวิธีในการป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม กรณีศึกษาโรงเรียนขยายโอกาส จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาทวิวิธีในการป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 5-6 และมัธยมศึกษาปีที่ 1-3 จำนวน 188 คน ของโรงเรียนห้วยน้ำคำจรรยาศิลป์ อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยผลการศึกษาพบว่านักเรียนที่สูบบุหรี่เป็นเพศชายทั้งหมด โดยนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีจำนวนผู้สูบบุหรี่มากที่สุด สาเหตุที่ทำให้สูบบุหรี่คือ สูบตามเพื่อน และอยากทดลอง อายุเฉลี่ยที่เริ่มสูบบุหรี่ คือ 11.07 ปี และมีปริมาณการสูบบุหรี่เฉลี่ยวันละ 4.18 มวน ผลการศึกษาวิจัยในการพัฒนาทวิวิธีในการป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถแก้ไขปัญหการสูบบุหรี่ได้ตรงกับสภาพการณ์ที่เป็นจริง ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ทั้งตัวนักเรียน ครอบครัว โรงเรียน ชุมชน และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานภาครัฐ โดยกลุ่มได้ร่วมกันกำหนดเป็น 7 โครงการ แบ่งเป็นโครงการพัฒนาปัจจัยภายในของนักเรียน 2 โครงการ อาทิ โครงการให้โปรแกรมสุขศึกษาเพื่อพัฒนาให้นักเรียนมีความรู้เกี่ยวกับโทษของบุหรี่ โครงการที่พัฒนาปัจจัยภายนอก 5 โครงการ ที่มีการจัดสภาพแวดล้อมทั้งที่บ้าน ที่โรงเรียน และชุมชนให้เป็นเขตปลอดบุหรี่ การรณรงค์ต่อต้านการสูบบุหรี่และการควบคุมแหล่งซื้อขายการสูบบุหรี่ โดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการสามารถสนับสนุนให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการดำเนินงานตั้งแต่การค้นหาปัญหา การลงมือปฏิบัติ ตลอดจนการเรียนรู้จากการกระทำของตนเอง อันนำมาซึ่งการจัดการกับปัญหาการสูบบุหรี่ของเยาวชนในชุมชนของตนเองได้

กฤษณา ภูพลผัน (2551) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันการใช้บุหรี่ในวัยรุ่น โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม มีผู้ร่วมศึกษา คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนชนบท 1 ตำบลบ้านกง อำเภอหนองเรือ จังหวัดขอนแก่น จำนวน 34 คน แบ่งเป็นกลุ่มผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ครู พระสงฆ์ ตัวแทนร้านค้าชุมชน จำนวน 17 คน และกลุ่มผู้สูบบุหรี่ ตัวแทนกลุ่มแกนนำเยาวชน จำนวน 17 คน ผลการศึกษาพบว่าชุมชนนี้เป็นชุมชนที่มีความผูกพันกับบุหรืมาอย่างยาวนาน มีการปลูกยาสูบไว้ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อผ่อนคลาย ใช้ในการประกอบพิธีทางศาสนา และใช้ควันบุหรืในการหาอาหารจำพวกแมลง ทำให้ความคุ้นเคยดังกล่าวสร้างทัศนคติให้กับเด็กและเยาวชนในชุมชนว่าการสูบบุหรี่เป็นเรื่องปกติธรรมดาที่ปฏิบัติกันในชีวิตประจำวัน ซึ่งจากการศึกษาเหตุผลและปัจจัยในการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น พบว่ามีความเข้าใจว่าบุหรืมีประโยชน์ ความอยากลอง การตามเพื่อน ปัจจัยสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทางสังคม ประเพณี วัฒนธรรม นอกจากนี้จากการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม พบว่า

แนวทางในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันการใช้บุหรี่ของวัยรุ่น ได้แก่

- 1) การสร้างเครือข่ายการทำงานผ่านการจัดเวที เพื่อร่วมวิเคราะห์สถานการณ์การสูบบุหรี่ของวัยรุ่น
- 2) การเผยแพร่ความต้องการในการป้องกันและลดปัญหาจากการสูบบุหรี่ของวัยรุ่น
- 3) การรวมกลุ่มผู้มีจิตอาสา และผู้นำ ในการถอดบทเรียนจากประสบการณ์ และสร้างแรงจูงใจในกลุ่มที่เลิกสูบบุหรี่
- 4) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของโรงเรียน วัด บ้าน ครอบครั้ว เพื่อสร้างความตระหนักรู้ถึงปัญหาจากการสูบบุหรี่ และสร้างแรงกระตุ้นในผู้ใหญ่เป็นแบบอย่างให้แก่เยาวชน
- 5) การประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านหอข่าวของหมู่บ้าน และโรงเรียน เพื่อไม่ให้ผู้ปกครองและพระ ใช้เยาวชนไปซื้อบุหรี่
- 6) การนำมาตรการการใช้กฎหมายมาบังคับใช้อย่างเป็นรูปธรรมในการไม่ขายบุหรี่ให้กับเด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี

ฉัตรนภา อ่ำพลพิรพันธ์ (2553) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ โดยใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ นกระบวนการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่ และกลุ่มผู้หญิงที่สูบบุหรี่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการศึกษาพบว่า แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ ได้แก่ การใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล ทั้งบุคคลใกล้ชิดและไกลตัว เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง คนรัก ดารา ผู้นำทางความคิด เป็นต้น แนวทางการนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ ควรใช้ประเด็นสุขภาพ ความสวยความงาม ความรักความห่วงใย ประเด็นความตาย และเสน่ห์ทางเพศ แนวทางการใช้ช่องทางหรือเครื่องมือสื่อสาร ควรใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ในรูปแบบการสื่อสารแบบไวรัล เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างมากที่สุด

เดือนฉาย ปั่นป้อม (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ผลของการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเลิกสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้กระบวนการศึกษาวิจัยทั้งเชิงสำรวจและเชิงทดลอง โดยมีกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงทดลอง คือ กลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 280 คน และกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงทดลอง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย ของโรงเรียนแห่งหนึ่งในอำเภอดอยหล่อ จังหวัดเชียงใหม่ ที่มีพฤติกรรมสูบบุหรี่ จำนวน 31 คน เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านแบบสอบถามและเครื่องตรวจวัดก๊าซคาร์บอนมอนอกไซด์ในลมหายใจ โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านผลการเรียนเฉลี่ย (GPA) และปัจจัยทางสังคม ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ และการมีเพื่อนที่สูบบุหรี่ มีผลต่อพฤติกรรมสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการศึกษาวิจัยเชิงทดลอง โดยใช้แผนการจัดกิจกรรมกระบวนการเรียนรู้ อย่างมีส่วนร่วม สื่อประกอบการบรรยาย โดยสร้างขึ้นจากเนื้อหาความรู้เรื่องบุหรี่ และการปฏิบัติตัวในการเลิกสูบบุหรี่ ประกอบด้วยแผ่นพับ โปสเตอร์ วิดีทัศน์ เกมส์ และตัวแบบ โดยภายหลังสิ้นสุดการทดลองนักเรียนมีค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการเลิกสูบบุหรี่เพิ่มขึ้นมากกว่าก่อนการทดลอง อย่างมี

นัยสำคัญทางสถิติ และพฤติกรรมการเลิกสูบบุหรี่ของนักเรียนภายหลังสิ้นสุดการทำกิจกรรม มีนักเรียนหยุดสูบบุหรี่เป็นเวลาต่อเนื่อง 8 สัปดาห์ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 58.06 ลดจำนวน มวนบุหรี่ที่สูบ ร้อยละ 29.03 โดยมีนักเรียนที่ยังคงสูบบุหรี่อยู่ ร้อยละ 12.91

งานวิจัยต่างประเทศ

แอนดรูว์ และคณะ (Andrews et al., 2012) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การประยุกต์ใช้ การวิจัยอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community-based participatory research: CBPR) เพื่อลด การสูบบุหรี่ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงแอฟริกันอเมริกัน (African American: AA) ที่อาศัยอยู่ใน เมืองและมีความยากจน เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่มีอัตราการสูบบุหรี่สูง แต่ถึงกระนั้นก็เป็นกลุ่มที่มี ความพยายามในการเลิกบุหรี่อย่างจริงจังมากกว่า 50-60 % แต่ด้วยกระบวนการทางสาธารณสุขที่ เกี่ยวข้องกับการเลิกบุหรี่ดั้งเดิมนั้น ไม่สามารถเข้าถึงและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมใน กลุ่มที่มีความยากจนสูง อีกทั้งการวิจัยที่ผ่านมามุ่งใช้กระบวนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมแบบ ขับเคลื่อนจากด้านนอก (outsider driven) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้รูปแบบการวิจัยที่แตกต่างออกไป โดย นำเอาการวิจัยอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนมาใช้ โดยกรอบการดำเนินงานสร้างการมีส่วนร่วมของ ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้คนที่อยู่ในละแวกเดียวกัน เจ้าของโครงการหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่สาธารณสุข ชุมชน นักวิจัย นักวิชาการ ฯลฯ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 406 คน สุ่มจากผู้ที่อยู่อาศัยใน ที่ สาธารณะ 14 แห่ง และต้องเป็นผู้หญิงที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป สูบบุหรี่เป็นประจำทุกวัน และต้องการเลิก บุหรี่ในอีก 6 เดือนข้างหน้า โดยการมีส่วนร่วมดังกล่าวครอบคลุมกระบวนการตั้งแต่การระบุปัญหา การวางแผน การทดสอบความเป็นไปได้ การดำเนินงาน การประเมินผล และการเผยแพร่ ซึ่งผลของ การดำเนินงานในปัจจุบันสามารถสร้างเครือข่ายกลุ่มแกนนำในชุมชนและคณะกรรมการที่ปรึกษาใน ชุมชนที่การแก้ปัญหาการสูบบุหรี่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

มิลเลอร์ และคณะ (Miller et al., 2015) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยเชิงปฏิบัติการ อย่างมีส่วนร่วมในการศึกษาชาว Aboriginal และชาว Torres Strait ประเทศออสเตรเลีย เกี่ยวกับ โรคไข้หวัดใหญ่ระบาด ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ข้อมูลเบื้องต้นที่น่าสนใจว่า กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่าง มีส่วนร่วมนั้น เป็นกระบวนการที่ได้รับการยอมรับจากชาว Aboriginal และชาว Torres Strait ประเทศออสเตรเลียมากขึ้น เนื่องจากในอดีตการวิจัยเกี่ยวกับคนกลุ่มนี้โดยการศึกษาวิจัยด้วยระเบียบ วิธีอื่น ๆ นักวิจัยพยายามรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลโดยไม่ให้ประโยชน์อะไรกลับไปยังชุมชนหรือ ประชาชนที่ทำการวิจัยเลย แต่การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้นเป็นการขับเคลื่อนสร้างองค์ ความรู้และเป็นเจ้าของความรู้นั้นร่วมกันระหว่างชุมชนและผู้วิจัย โดยในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัย ต้องการปรับปรุงกระบวนการในการแก้ไขปัญหาไข้หวัดใหญ่ระบาดจากมุมมองของชุมชน รากฐานที่ สำคัญของการศึกษาวิจัยอย่างมีส่วนร่วม นั้น คือ การพัฒนาความสามารถของบุคลากรในทีมที่ เกี่ยวข้องกับกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งหมด ผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งทำให้หัวหน้าทีมวิจัย

ผู้ร่วมวิจัย และผู้ช่วยวิจัยได้เรียนรู้และปรับตัวเข้าหากัน ตลอดจนเป็นการสร้างความเคารพต่อวัฒนธรรมและประเพณีของชาวพื้นเมือง การสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชนผ่านกระบวนการสัมภาษณ์บุคคล และการสนทนากลุ่ม พร้อมนำผลการสนทนารายงานกลับไปยังชุมชน ตลอดจนกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมยังเปิดโอกาสให้นักวิจัยชุมชน ชาว Aboriginal และชาว Torres Strait กลายเป็นส่วนหนึ่งของทีมวิจัย แม้ระดับการศึกษาของนักวิจัยกลุ่มนี้ยังมีขีดจำกัด แต่ก็ได้รับการสนับสนุนและความร่วมมือในการพัฒนาความรู้เป็นอย่างดี สุดท้ายแล้วการดำเนินงานเพื่อลดความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่ในชุมชนต้องได้รับการผลักดันและเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในตั้งแต่ครอบครัว อีกทั้งชุมชนชาว Aboriginal และชาว Torres Strait มีความแตกต่างกับชนพื้นเมืองอื่น ๆ ดังนั้นโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจึงต้องคำนึงถึงความแตกต่างในหลากหลายมิติ และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมโดยมีชุมชนเป็นรากฐานสำคัญ

ชาร์รอน และคณะ (Charron et al., 2018) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง การประเมินประสิทธิผลของนักวิจัยชุมชนในการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมใน Otaawa เพื่อจัดการและดูแลรักษาผู้ติดยาสูบในโครงการ PROMPT (Participatory Research in Ottawa: Management and Point-of-care for Tobacco Dependence) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินประสิทธิผลโดยรวมของนักวิจัยชุมชนในการมีส่วนร่วมด้วยโครงการ PROMPT โดยคัดเลือกสมาชิกชุมชน จำนวน 4 คน เป็นตัวแทนของประชากรในชุมชนที่มีส่วนร่วมในฐานะผู้วิจัย โดยผลจากการสนทนากลุ่มและการสำรวจพบว่า นักวิจัยชุมชนมีประสิทธิผลเชิงบวกในการเข้าร่วมโครงการ อีกทั้งกระบวนการฝึกอบรมการตรวจสมรรถภาพปอด ด้วยวิธี spirometry โดยใช้เครื่องมือจริงและโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการดูแลสุขภาพทำให้นักวิจัยชุมชนกลุ่มนี้มีความรู้ ทักษะ และความมั่นใจในตนเองที่เพียงพอต่อการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของนักวิจัยชุมชน แม้จะมีข้อจำกัดในการเป็นประชากรที่อยู่ชายขอบ และไม่มีภูมิหลังที่ดีในด้านการศึกษา ก็สามารถพัฒนาจนมีความพร้อมในการปฏิบัติงานได้

เฮฟเลอร์ และคณะ (Hefler, Kerrigan, Freeman, Boot, & Thomas, 2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การใช้ Facebook เพื่อลดการสูบบุหรี่ในชาว Aboriginal และชาว Torres Strait ประเทศออสเตรเลียโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เนื่องจากมีการศึกษาวิจัยเป็นจำนวนน้อยมากถึงประสิทธิผลของสื่อสังคมออนไลน์ในการส่งเสริมพฤติกรรมทางสุขภาพของชาวพื้นเมืองในประเทศออสเตรเลีย ทั้งที่สื่อสังคมออนไลน์มีศักยภาพที่สำคัญในการกระตุ้นให้เกิดทัศนคติในการเลิกสูบบุหรี่ และยังเป็นทางเลือกช่องว่างระหว่างสังคม ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษากระบวนการตัดสินใจในการเผยแพร่เนื้อหาการควบคุมการสูบบุหรี่กับครอบครัวและเพื่อน ๆ ใน Facebook โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้เข้าร่วมตามเกณฑ์ที่กำหนดจำนวน 13 คน เป็นนักวิจัยชุมชนและผู้วิจัยได้จ่ายเงินเพื่อให้ผู้เข้าร่วมเลือกและเผยแพร่โพสต์ควบคุมการสูบบุหรี่อย่างน้อยหนึ่งโพสต์

ต่อสัปดาห์เป็นระยะเวลาต่อเนื่องนาน 6 เดือนในหน้า Facebook ส่วนตัว จากนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อความและคุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และกระบวนการตัดสินใจในการเลือกสารในการเผยแพร่ ผลการศึกษาวิจัยพบว่า เนื้อหาสารที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเยาวชน และเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตพื้นเมืองจะได้รับการโพสต์และแชร์มากกว่า เนื้อหาสารที่มีภาพน่ากลัวเกี่ยวกับผลการสูบบุหรี่และเกิดปฏิกิริยาที่ไม่พึงประสงค์กับสุขภาพ โดยปัจจัยที่ทำให้ผู้เข้าร่วมตัดสินใจเลือกโพสต์และแชร์ คือ เนื้อหาสารนั้นมีความใหม่มีประโยชน์ต่อเพื่อนและคนในครอบครัว อีกทั้งต้องสอดคล้องกับตัวตนในโลกออนไลน์ของผู้เข้าร่วมด้วย ดังนั้นการออกแบบสารเพื่อลดการสูบบุหรี่ควรพิจารณาสร้างสรรค์ข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ในเชิงบวก และทุนทางสังคมของกลุ่มเป้าหมายด้วย อีกทั้งเนื้อหาสารที่จะใช้สื่อสารผ่านช่องทางสื่อใหม่ ควรมีความเหมาะสมกับช่องทาง ไม่ควรใช้การผลิตซ้ำเนื้อหาสารที่ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อเก่าประเภทอื่น ๆ

คิงส์บิวรี และฮาซซัน (Kingsbury & Hassan, 2020) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การปฏิบัติการโดยชุมชนเพื่อลดการใช้บุหรี่เมนทอลในชุมชนแอฟริกันอเมริกัน โดยในปี ค.ศ.2015 หน่วยงานด้านสาธารณสุขของรัฐและองค์กร African American community-based organization (CBO) ในรัฐมินนิโซต้า ได้ร่วมมือกันให้ความรู้ และดึงเอาชุมชนชาวแอฟริกันอเมริกันเข้ามามีส่วนร่วมในการลดการใช้บุหรี่เมนทอล ซึ่งผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ถึงกระบวนการดำเนินงานกับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขของรัฐ ผู้นำชุมชนท้องถิ่น ผู้ประสานงานเครือข่าย และผู้แทนชุมชนชาวแอฟริกันอเมริกัน ผลการสัมภาษณ์พบว่า ความสำเร็จของโครงการมีหลายประการ คือ 1) ข้อมูลการประเมินจากสมาชิกในชุมชน ช่วยให้การตัดสินใจเชิงนโยบายเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) การทำงานร่วมกันเป็นทีมระหว่างหน่วยงานด้านสาธารณสุขและ CBO มีประสิทธิภาพและเป็นกุญแจที่สำคัญในการนำไปสู่ความสำเร็จของโครงการ 3) ผู้ปฏิบัติงานเป็นผู้สื่อสารที่เชื่อถือได้ในการให้การศึกษาและคำแนะนำแก่ชุมชน ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงบทบาทหน้าที่ของทุกภาคส่วนและชุมชนที่เข้ามามีส่วนร่วมกันในการสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมีประสิทธิภาพ

วัลเดส และคณะ (Valdez et al., 2020) ได้ศึกษาทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมของเยาวชนเพื่อป้องกันการใช้สารเสพติดในเยาวชน เนื่องจากความนิยมในการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางมากขึ้น โดยมีการศึกษาทั้งในประเด็นการลดอัตราการดื่มแอลกอฮอล์ การสูบบุหรี่ และพฤติกรรมเสี่ยงอื่น ๆ ในเยาวชน อย่างไรก็ตามยังไม่มีทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมของเยาวชน (Youth Participatory Action Research: YPAR) ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษารวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการใช้ YPAR ในบริบทของการป้องกันการใช้สารเสพติดประเภทต่าง ๆ ที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ค.ศ.1998 จนถึง 30 เมษายน ค.ศ.2018 โดยผลการศึกษาพบว่ามีความภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องจำนวน 15 ฉบับ และการมีส่วนร่วมของ

เยาวชนและการปฏิบัติการทางสังคมส่งผลให้ชุมชนเกิดความตระหนักในการใช้สารเสพติด และร่วมมือร่วมใจกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม YPAR มีจุดด้อยในประเด็นของระดับความผูกพันของเยาวชนที่ไม่สม่ำเสมอเนื่องกันตลอด กระบวนการศึกษาวิจัยขาดข้อตกลงอย่างเป็นทางการระหว่างนักวิจัยกับเยาวชน และการขาดมาตรการประเมินผล YPAR สำหรับการป้องกันการใช้สารเสพติดในเยาวชน

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น พบข้อมูลที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน คือสภาพแวดล้อมทางสังคม และความอยากรู้อยากลองของวัยรุ่น โดยการรณรงค์ที่ผ่านมา มุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโทษของบุหรี่ แต่การสร้างความรู้เพียงอย่างเดียว ไม่เพียงพอที่จะช่วยให้วัยรุ่นเลิก หรือกล่าวการสูบบุหรี่ได้ จำเป็นต้องสร้างทัศนคติที่ส่งผลต่อความไม่อยากรู้อยากลองของวัยรุ่นโดยตรง และผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อช่วยให้วัยรุ่นลดหรือเลิกสูบบุหรี่นั้น ประสบผลสำเร็จ อีกทั้งงานวิจัยที่ผ่านมายังได้เสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งนับเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวัยรุ่นเป็นอย่างมาก ผู้วิจัยจะนำองค์ความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ต่อไป

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยและพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ เป็นการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาหลายรูปแบบเพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ คือ

1. การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)
 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่
 3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ
1. การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)

1.1 วิธีการค้นหาวรรณกรรม

ผู้วิจัยดำเนินการค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ จำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ PubMed (<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov>) โดยใช้คำสำคัญ คือ "Smokers"[MeSH Terms] AND "Young Adult"[MeSH Terms] AND "factor*" [All Fields] ทั้งนี้ ผู้วิจัยใช้โปรแกรม Covidence (<https://www.covidence.org>) เพื่อทำการคัดเลือกวรรณกรรม

ในส่วนของการค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระดับชาติ ผู้วิจัยได้ทำการค้นหา จำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ ThaiJo (<https://www.tci-thaijo.org>) โดยใช้คำสำคัญ คือ “ปัจจัย” และ “บุหรี่”

1.2 เกณฑ์ในการคัดเข้าและคัดออก

เกณฑ์การคัดเข้า คือ เป็นบทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ และศึกษาในกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 19 – 24 ปี โดยไม่จำกัดระยะเวลาที่ตีพิมพ์เผยแพร่

เกณฑ์การคัดออก คือ เป็นบทความหรือวรรณกรรมที่ไม่พบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ หรือ ศึกษาในกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 19 – 24 ปี หรือ ศึกษาในประเด็นของยาสูบรูปแบบอื่น ๆ เช่น บุหรี่ไฟฟ้า ภัยสุขภาพ บารากุ เป็นต้น หรือ ศึกษาในประเด็นการเลิกบุหรี่ และคว้นบุหรี่มือสอง หรือ ตีพิมพ์ในภาษาอื่นที่ไม่ใช่ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

2.1 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยดำเนินการค้นหาโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อป้องกันการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ และมีกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินโครงการฯ อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 19 – 24 ปี และยังคงดำเนินโครงการอยู่ในปัจจุบันผ่านการค้นหาออนไลน์

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยเลือกโครงการแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ โครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ ซึ่งดำเนินโครงการโดยมูลนิธิธรรมศาสตร์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เนื่องจากเป็นโครงการที่ตรงตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดทุกข้อ

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอ้างอิงจากจำนวนจวงตระกูล (2561) ที่ระบุจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เสนอโดยนักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพตามยุทธศาสตร์การวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study) เป็นจำนวนอย่างน้อย 6 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นจำนวน 15 คน

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยใช้วิธีการเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) คือ คณะกรรมการมูลนิธิธรรมศาสตร์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ จำนวน 1 คน จากนั้นจึงใช้วิธีการ Snowball Sampling เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

2.2 คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตาราง 3 แสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ในการวิจัยระยะที่ 1

รหัสผู้ให้ข้อมูล	เพศ	การศึกษา	ตำแหน่ง	จังหวัด
NL01	หญิง	ปริญญาโท	ผู้บริหารมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่	กรุงเทพมหานคร
LO01	หญิง	ปริญญาโท	ผู้บริหาร สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา	เพชรบูรณ์
LO02	ชาย	ปริญญาตรี	หัวหน้ากลุ่มบริหารกิจการนักเรียน โรงเรียน มัธยมศึกษา	เพชรบูรณ์
LO03	ชาย	ปริญญาตรี	ครูชำนาญการพิเศษ โรงเรียนมัธยมศึกษา	เพชรบูรณ์
LO04	ชาย	ปริญญาตรี	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 1	ขอนแก่น
LO05	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 3	เพชรบูรณ์
LO06	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 3	เพชรบูรณ์
LO07	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 3	เพชรบูรณ์
LO08	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 3	เพชรบูรณ์
LO09	ชาย	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 2	เพชรบูรณ์
LO10	ชาย	มัธยมศึกษาตอน ปลาย	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 2	เพชรบูรณ์
LO11	หญิง	มัธยมศึกษาตอน ปลาย	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 2	เพชรบูรณ์
LO12	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 3	เพชรบูรณ์
LO13	หญิง	มัธยมศึกษาตอนต้น	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 3	เพชรบูรณ์
LO14	หญิง	มัธยมศึกษาตอน ปลาย	นักเรียนแกนนำ Gen Z รุ่น 2	เพชรบูรณ์

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

3.1 พื้นที่ในการศึกษา

เนื่องจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากผู้บริหาร คณาจารย์ และนักศึกษาในการระดมความคิดเห็น และพัฒนานวัตกรรมทางสังคมร่วมกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ ดังนี้

3.1.1 เป็นสถาบันอุดมศึกษาทั้งในสังกัดภาครัฐหรือเอกชน ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ นิสิตนักศึกษาที่มีอายุ 19 – 24 ปี ซึ่งจะอยู่ในระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี

3.1.2 อนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าพื้นที่ และสามารถดำเนินงานวิจัยได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการ

3.1.3 ผู้บริหาร คณาจารย์มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย

3.1.4 สถาบันอุดมศึกษานั้นยินดีที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ทั้งนี้ผู้วิจัยจะใช้วิธีการสอบถามผ่านทางโทรศัพท์และการพูดคุยในเบื้องต้นกับบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ และดำเนินการตามระเบียบขั้นตอนที่สถาบันอุดมศึกษาแต่ละแห่งกำหนด

3.2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอ้างอิงจากจำนวนจวงตระกูล (2561) ที่ระบุจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เสนอโดยนักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพตามยุทธศาสตร์การวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study) เป็นจำนวนอย่างน้อย 6 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นจำนวน 11 คน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยมีกระบวนการในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ฝ่ายละ 1 คน จากนั้นจึงใช้วิธีการ Snowball Sampling เพิ่มอีกจำนวน 3 คน รวมเป็น 5 คน

2. นักศึกษา

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยสุ่มจากนักศึกษาที่กำลังสูบบุหรี่อยู่ในจุดที่สถาบันจัดไว้และนักศึกษาเต็มใจในการให้ข้อมูล จำนวน 6 คน

3.3 คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตาราง 4 แสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในการวิจัยระยะที่ 1

รหัสผู้ให้ข้อมูล	เพศ	การศึกษา	ตำแหน่ง	สังกัด
UL01	หญิง	ปริญญาโท	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ	คณะ/วิทยาลัย
UL02	หญิง	ปริญญาโท	ผู้อำนวยการศูนย์สุขภาวะนักศึกษา	กลุ่มงานกิจการนักศึกษา
UL03	ชาย	ปริญญาโท	ผู้อำนวยการกลุ่มงานกิจการนักศึกษา	กลุ่มงานกิจการนักศึกษา
UL04	หญิง	ปริญญาเอก	ผู้อำนวยการสำนักงานวิชาการ	กลุ่มงานด้านมาตรฐานการศึกษา
UL05	หญิง	ปริญญาโท	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา	คณะ/วิทยาลัย
ST 01	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST 02	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST 03	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST 04	หญิง	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST 05	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST 06	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structural interviews) ที่มีประเด็นคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบไว้จำนวนหนึ่ง แต่ก็เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งมีการสัมภาษณ์ในประเด็นเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัยแล้วจึงนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบ และภาษา ก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์ใช้

ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการจัดระเบียบข้อมูล ด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ สรุปและแปลความหมายเพื่อหาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ หลังจากนั้นทำการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data source triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากคำถามเดียวกัน แต่เปลี่ยนผู้ให้ข้อมูลหลักที่ทำการสัมภาษณ์ แล้วนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 4

3.6 ข้อคำนึงด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ข้อคำถามถึงโครงสร้างที่ผู้วิจัยกำหนดไว้อาจทำให้ผู้ให้ข้อมูลเกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลทุกคนสามารถปฏิเสธการให้ข้อมูล หรือยุติการให้สัมภาษณ์ได้ทุกเมื่อโดยไม่จำเป็นต้องชี้แจงเหตุผล และก่อนการเริ่มให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะดำเนินการขออนุญาตบันทึกเสียง บันทึกวีดีโอ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการอนุญาตหรือไม่ อนุญาตอย่างอิสระ ทั้งนี้การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยจะขอรับความอนุเคราะห์ในการเข้าสัมภาษณ์ โดยมีหนังสือนำเสนออย่างเป็นทางการจากมหาวิทยาลัยนเรศวร และไม่มีค่าตอบแทนในการให้สัมภาษณ์ ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลนั้น จะถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ผลในการวิจัยนี้เท่านั้น ไฟล์ข้อมูลทั้งหมดจะถูกบันทึกในระบบออนไลน์ และเข้ารหัส โดยมีผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงได้ และเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยจะทำลายข้อมูลทิ้งในทันที

การวิจัยระยะที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

ผู้วิจัยใช้การศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ โดยมีขั้นตอน คือ

1. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่
2. ผู้วิจัยดำเนินการการระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

1.1 พื้นที่ในการศึกษา

เนื่องจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือทั้งจากผู้บริหาร คณาจารย์ และนักศึกษาในการระดมความคิดเห็น และพัฒนานวัตกรรมทางสังคมร่วมกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่แบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์ในการคัดเลือกพื้นที่ ดังนี้

- 1.1.1 เป็นสถาบันอุดมศึกษาทั้งในสังกัดภาครัฐหรือเอกชน ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ นิสิตนักศึกษาที่มีอายุ 19 – 24 ปี ซึ่งจะอยู่ในระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี

1.1.2 อนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าพื้นที่ และสามารถดำเนินงานวิจัยได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการ

1.1.3 ผู้บริหาร คณาจารย์มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย

1.1.4 สถาบันอุดมศึกษานั้นยินดีที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

ในส่วนของขั้นตอนการเข้าพื้นที่ ผู้วิจัยจึงได้ประสานไปยังสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ โดยไม่จำกัดภูมิภาคเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมผ่านการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการในเครือข่ายคณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเข้า คือ เป็นสถาบันอุดมศึกษาทั้งในสังกัดภาครัฐและเอกชน ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ ผู้ที่มีอายุ 19 – 24 ปี ซึ่งจะอยู่ในระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรีอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าพื้นที่ และสามารถดำเนินงานวิจัยได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการ ผู้บริหาร คณาจารย์มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย และสถาบันอุดมศึกษานั้นยินดีที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

ทั้งนี้ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ตอบรับอย่างไม่เป็นทางการผ่านการสนทนา โดยเป็นไปตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดทุกข้อ อย่างไรก็ตามด้วยเงื่อนไขของสถาบันอุดมศึกษาและคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เนื่องจากการสับสนหรือและการบริหารงานภายในสถาบันอุดมศึกษาเป็นประเด็นละเอียดอ่อน ซึ่งอาจสร้างความเสียหายต่อภาพลักษณ์ของสถาบันอุดมศึกษาที่เข้าร่วมโครงการได้ ผู้วิจัยจึงไม่สามารถเปิดเผยรายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้บริหารและคณาจารย์ ตลอดจนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนได้ และไม่สามารถนำเสนอส่วนใดส่วนหนึ่งที่สามารถเชื่อมโยงถึงสถาบันอุดมศึกษาดังกล่าวในวิทยานิพนธ์ได้

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการออกหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าเก็บข้อมูลในพื้นที่อย่างเป็นทางการ โดยระยะก่อนทำวิจัยผู้วิจัยได้เตรียมตัวให้พร้อมเพื่อเข้าพื้นที่จริงด้วยการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชน สถาบันอุดมศึกษา และบริบทต่าง ๆ พร้อมทั้งทำความเข้าใจสภาพปัญหาของการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ในพื้นที่ ตลอดจนศึกษาแผนปฏิบัติการ นโยบายของผู้บริหาร พร้อมทั้งทำความเข้าใจในพื้นที่ เส้นทาง และบริบทของสถานที่ให้รอบคอบและรัดกุม ทั้งนี้ก่อนเข้าสัมภาษณ์กับผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างสัมพันธภาพผ่านการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมที่สถาบันอุดมศึกษาจัดขึ้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

1.2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอ้างอิงจากจำเนียร จวงตระกูล (2561) ที่ระบุจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่เสนอโดยนักวิชาการวิจัยเชิงคุณภาพ

ตามยุทธศาสตร์การวิจัยแบบกรณีศึกษา (Case study) เป็นจำนวนอย่างน้อย 6 คน ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นจำนวน 11 คน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยมีกระบวนการในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ฝ่ายละ 1 คน จากนั้นจึงใช้วิธีการ Snowball Sampling เพิ่มอีกจำนวน 3 คน รวมเป็น 5 คน

2. นักศึกษา

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยสุ่มจากนักศึกษาที่กำลังสอบหรืออยู่ในจุดที่สถาบันจัดไว้และนักศึกษาเต็มใจในการให้ข้อมูล จำนวน 6 คน

1.3 คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ตาราง 5 แสดงคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในการวิจัยระยะที่ 2

รหัสผู้ให้ข้อมูล	เพศ	การศึกษา	ตำแหน่ง	สังกัด
UL01	หญิง	ปริญญาโท	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ	คณะ/วิทยาลัย
UL02	หญิง	ปริญญาโท	ผู้อำนวยการศูนย์สุขภาพนักศึกษา	กลุ่มงานกิจการนักศึกษา
UL03	ชาย	ปริญญาโท	ผู้อำนวยการกลุ่มงานกิจการนักศึกษา	กลุ่มงานกิจการนักศึกษา
UL04	หญิง	ปริญญาเอก	ผู้อำนวยการสำนักงานวิชาการ	กลุ่มงานด้านมาตรฐานการศึกษา
UL05	หญิง	ปริญญาโท	ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษา	คณะ/วิทยาลัย
ST01	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST02	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST03	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST04	หญิง	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST05	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย
ST06	ชาย	ปริญญาตรี	นักศึกษาชั้นปีที่ 2	คณะ/วิทยาลัย

1.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยได้ออกแบบแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structural interviews) ที่มีประเด็นคำถามเฉพาะที่ต้องการคำตอบไว้จำนวนหนึ่ง แต่ก็เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลมีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมเพื่อสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากขึ้น ซึ่งมีประเด็นการสัมภาษณ์ เช่น

ประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของการแก้ไขปัญหาของการสูบบุหรี่ และประเด็นเกี่ยวกับการพัฒนา
นวัตกรรมทางสังคมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือการวิจัยแล้วจึงนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา รูปแบบ และภาษา ก่อนการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจริง

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์ใช้

ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีการ
วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยทำการจัดระเบียบข้อมูล ด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็น
หมวดหมู่ สรุปและแปลความหมายเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่
ของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในปัจจุบัน หลังจากนั้นทำการตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการ
การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data source triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จาก
คำถามเดียวกัน แต่เปลี่ยนผู้ให้ข้อมูลหลักที่ทำการสัมภาษณ์ แล้วนำเสนอผลการวิจัยในบทที่ 4

2. การระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนา
แนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่

2.1 การคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยผ่านผู้ให้ข้อมูลหลักในรหัส UL01 –
UL05 เพื่อหาผู้ที่เต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมี
ส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยเข้าชี้แจงข้อมูลในการดำเนินกิจกรรมการวิจัยและข้อกำหนดที่
สำคัญตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้รับฟัง พร้อมแสดงเจตนา
ในการให้ความยินยอมเพื่อเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้

2.2 คุณสมบัติของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

1. นักศึกษาชั้นปีที่ 1 – 3 คณะจำนวนทั้งเพศชาย และเพศหญิง รวมทั้งมีนักศึกษา
ที่เสพติดบุหรี่ นักศึกษาที่เป็นนักสูบหน้าใหม่ และนักศึกษาที่ไม่สูบบุหรี่ รวมทั้งสิ้น 88 คน

2. ผู้บริหารระดับสูง จำนวน 1 คน (คณบดี)
3. ผู้บริหารระดับกลาง จำนวน 2 คน (ผู้ช่วยคณบดี)
4. ผู้บริหารระดับต้น จำนวน 1 คน (หัวหน้าสาขา)
5. อาจารย์ประจำ จำนวน 3 คน
6. เจ้าหน้าที่สำนักงานเลขานุการคณะ จำนวน 2 คน

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบไปด้วย

1. สื่อนำเสนอผลการวิจัยในระยะที่ 1 และข้อมูลแนวทางการพัฒนานวัตกรรมทางสังคม

2. อุปกรณ์ในการทำกิจกรรมกลุ่ม เช่น กระดาษ Post it ปากกาสีต่างๆ

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการประยุกต์ใช้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยนำเอาข้อมูลที่ได้จากการระดมสมอง (Brainstorming) มาทำการวิเคราะห์และจัดระเบียบข้อมูล ด้วยการจัดกลุ่มข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ สรุปและแปลความหมาย

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยดำเนินการออกแบบร่างนวัตกรรมทางสังคม

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยส่งร่างนวัตกรรมทางสังคมไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อนำเสนอของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อสร้างเป็นชิ้นงาน

ขั้นตอนที่ 4 ผู้วิจัยร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและอาจารย์ผู้มีส่วนประสมการณในการเป็นหัวหน้าโครงการวิจัยด้านนวัตกรรมทางสังคมของสถาบันอุดมศึกษา ปรับแก้ไขและปรับความเหมาะสม ทั้งการใช้สี สัญลักษณ์ ภาษาในการสื่อสาร

ขั้นตอนที่ 5 ผู้วิจัยนำนวัตกรรมทางสังคมไปดำเนินการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้

2.5 การประเมินคุณภาพของนวัตกรรมทางสังคม

เมื่อได้ต้นแบบนวัตกรรมทางสังคมเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่แล้ว ผู้วิจัยจะทำการประเมินคุณภาพโดยใช้แบบประเมินนวัตกรรมทางสังคม (ภาคผนวก ค) กับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประเมินนวัตกรรมทางสังคมนั้น ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านนวัตกรรม หรือมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ในด้านกิจการนักศึกษา โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประเมินนวัตกรรมทางสังคม จำนวน 5 คน แบ่งออกเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรม จำนวน 2 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านกิจการนักศึกษา จำนวน 3 คน ตามแนวทางการวิจัยซึ่งมีการกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพรูปแบบ (นพพรพรรณ ญาณโกมุท และไชยรัตน์ ปราณี, 2558; นพวรรณ ศรีเกตุ, 2557; ปาณิสรา หาดขุนทด, ประวิทย์ สิมมาทัน, และสนิท ติเมืองซ้าย, 2563)

ประเด็นในการประเมินนวัตกรรมทางสังคม มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ประเด็น คือ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้ โดยความเหมาะสม หมายถึง ความครอบคลุมของ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ในประเด็นของผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลผลิต (Output) รูปแบบกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ปัจจัยนำเข้า (Input) เงื่อนไขหรืออุปสรรค และความเป็นไปได้ หมายถึง การนำประเด็นของผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลผลิต (Output) รูปแบบกิจกรรมและการสื่อสาร

(Activity and Communication) ปัจจัยนำเข้า (Input) เงื่อนไขหรืออุปสรรค ไปสู่การปฏิบัติเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่

2.6 การประยุกต์ใช้ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้คัดเลือกนักศึกษาในรายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการ เนื่องจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบในรายวิชาให้ความสนใจในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าชั้นเรียนได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย และนักศึกษาในชั้นเรียนทุกคนมีความสนใจในการเข้าร่วมการวิจัย อย่างไรก็ตามด้วยข้อกำหนดของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยจำเป็นต้องปกปิดข้อมูลส่วนบุคคลของนักศึกษา ตลอดจนชื่อสถาบันอุดมศึกษา และอาจารย์ผู้รับผิดชอบรายวิชา

รายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการ มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนทั้งสิ้น 13 คน ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 โดยนักศึกษาทุกคนเป็นนักศึกษาในหลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สามารถจำแนกเป็นเพศชาย จำนวน 4 คน ซึ่งทุกคนมีสถานะการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน และเพศหญิง 9 คน มีสถานะการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน จำนวน 2 คน และไม่สูบบุหรี่เลย จำนวน 7 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมกับอาจารย์ผู้สอนดำเนินการแบ่งนักศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ตามกลุ่มโครงการในภาคการศึกษาของนักศึกษาซึ่งมีการกำหนดอยู่แล้ว โดยทุกกลุ่มมีนักศึกษาที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่อยู่ด้วยกัน ทั้งนี้ในรายวิชาดังกล่าวจัดการเรียนการสอนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1 ชั่วโมง 40 นาที โดยกิจกรรมดังกล่าวนี้ได้ปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวจากรูปแบบบรรยาย (Lecture Based Learning) เป็นรูปแบบชิ้นงาน (Project Based Learning) ซึ่งนักศึกษาสามารถนำสื่อที่พัฒนาขึ้น ส่งเป็นชิ้นงานเพื่อรับคะแนนในรายวิชาดังกล่าวได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใบงานกิจกรรมสร้างสรรค์นวัตกรรมสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่

กระบวนการวิจัย

เมื่อเข้าชั้นเรียน ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็น “กระบวนการ” ในการนำกิจกรรม โดยนำเสนอสรุปผลการวิจัย และเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสื่อเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษาของตนเอง ภายใต้โจทย์ “การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่” โดยนักศึกษาจะเป็นผู้เลือกช่องทางการสื่อสารและสร้างสรรค์เนื้อหาสาระให้เหมาะสมกับโจทย์ที่กำหนดและกลุ่มผู้รับสาร อีกทั้งยังเป็นผู้ผลิต (Producer) ในการสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษา

2.7 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้รูปแบบการนำเสนอผ่านการเขียนเชิงพรรณนา (Descriptive method) โดยการแบ่งหมวดหมู่ของข้อมูลตามลำดับขั้นตอนของการวิจัย จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปประเด็น นำเสนอในรูปแบบการเขียนเชิงบรรยาย ตาราง รูปภาพ และแผนภาพ

2.8 ข้อคำนึงด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย โดยต้องเป็นผู้ที่มีความเต็มใจในการเข้าร่วมโครงการ และสามารถเข้าร่วมได้ตลอดการวิจัย ซึ่งทุกคนมีอายุมากกว่า 18 ปี อย่างไรก็ตามการวิจัยในบางขั้นตอนอาจทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเกิดความรู้สึกอึดอัด ไม่สบายใจ ซึ่งผู้ให้ข้อมูลทุกคนสามารถปฏิเสธการให้ข้อมูล หรือยุติการเข้าร่วมงานวิจัยได้ทุกเมื่อโดยไม่จำเป็นต้องชี้แจงเหตุผล และก่อนการเริ่มให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะดำเนินการขออนุญาตบันทึกเสียง บันทึกวิดีโอ และเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งผู้เข้าร่วมงานวิจัยทุกคนมีสิทธิในการอนุญาตหรือไม่อนุญาตอย่างอิสระ ทั้งนี้เพื่อความถูกต้องของเนื้อหา ผู้วิจัยจะใช้รหัสแทนชื่อและนามสกุลจริงของท่านลงในแบบบันทึกข้อมูลเทป การสนทนากลุ่ม/วิดีโอเทป และจะทำลายเมื่อการศึกษาครั้งนี้สิ้นสุด ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ได้รับจะถูกเก็บเป็นความลับและจะนำเสนอผลการวิจัยในภาพรวมเท่านั้น ซึ่งจะไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผู้ให้ข้อมูลแต่ประการใด จะไม่มีการระบุชื่อ/ข้อมูลส่วนตัว และจะไม่มีการเผยแพร่ภาพถ่ายหรือวิดีโอที่มีรูปแก่สาธารณะ ตลอดจนการวิจัยในครั้งนี้ไม่มีค่าตอบแทนในการเข้าร่วมงานวิจัย ซึ่งข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูลนั้น จะถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์ผลในการวิจัยนี้เท่านั้น ไฟล์ข้อมูลทั้งหมดจะถูกบันทึกในระบบออนไลน์ และเข้ารหัส โดยมีผู้วิจัยและอาจารย์ที่ปรึกษาเท่านั้นที่สามารถเข้าถึงได้ และเมื่อการวิจัยเสร็จสิ้นแล้ว ข้อมูลส่วนบุคคลต่าง ๆ ผู้วิจัยจะทำลายข้อมูลทิ้งในทันที โดยลบข้อมูลผ่านระบบคอมพิวเตอร์ แต่ข้อมูลจากกระบวนการพัฒนางานวิจัยที่ได้รับอนุญาตให้เผยแพร่ ผู้วิจัยจะทำการเผยแพร่ในรูปแบบที่เหมาะสมเพื่อเป็นประโยชน์ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ มีวัตถุประสงค์เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ และเพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาหลายรูปแบบเพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ คือ

1. การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่
3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ โดยมีผลการวิจัย ดังนี้

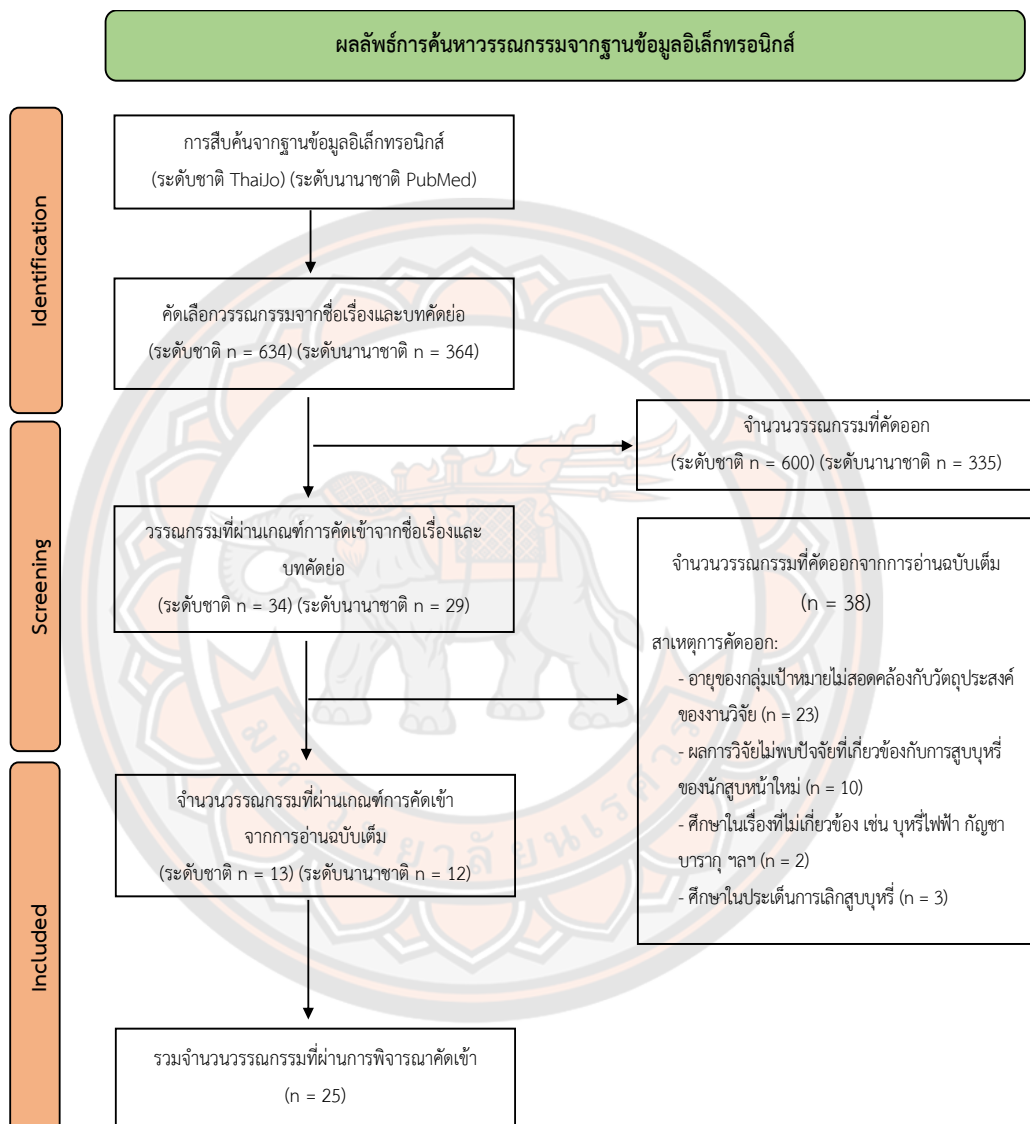
1. ผลการวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)

ผู้วิจัยดำเนินการค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศจำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ PubMed (<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov>) โดยใช้คำสำคัญ คือ "Smokers"[MeSH Terms] AND "Young Adult"[MeSH Terms] AND "factor*" [All Fields]

ผลการค้นหา พบวรรณกรรมจำนวนทั้งสิ้น 364 บทความ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำวรรณกรรมทั้งหมดเข้าสู่โปรแกรม Covidence (<https://www.covidence.org>) เพื่อทำการคัดเลือกวรรณกรรมจากชื่อเรื่องและบทคัดย่อ โดยมีวรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้าจำนวน 29 เรื่อง โดยผู้วิจัยได้ทำการอ่านวรรณกรรมฉบับเต็มทุกเรื่อง และได้วรรณกรรมที่ตรงตามเกณฑ์การคัดเข้าจำนวน 12 เรื่อง

ในส่วนของการค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระดับชาติ ผู้วิจัยได้ทำการค้นหา จำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ ThaiJo (<https://www.tci-thaijo.org>) โดยใช้คำสำคัญ คือ “ปัจจัย” และ “บุหรี่” พบวรรณกรรมทั้งสิ้น 634 เรื่อง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกวรรณกรรมจากชื่อ

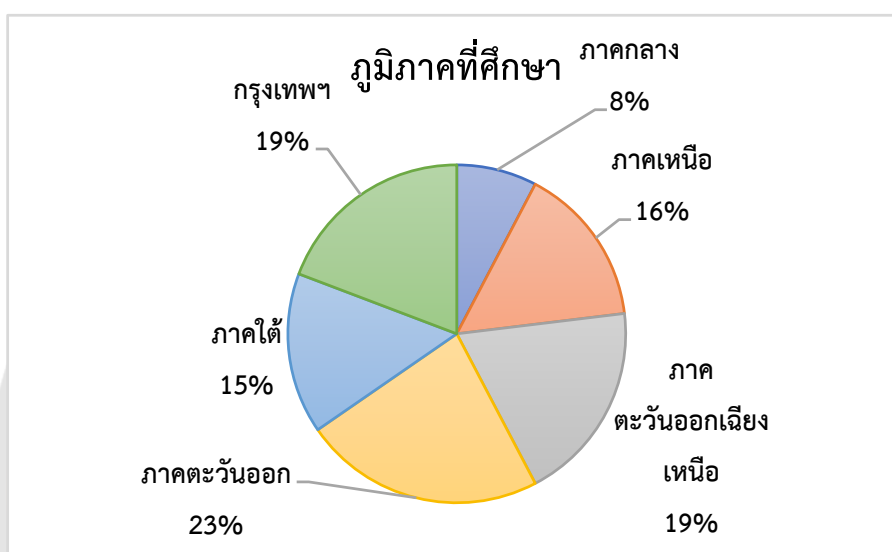
เรื่องและบทคัดย่อที่ละเรื่องบนฐานข้อมูล จนได้วรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้า จำนวน 34 เรื่อง จากนั้นผู้วิจัยจึงอ่านวรรณกรรมฉบับเต็มทุกเรื่อง และได้วรรณกรรมที่ตรงตามเกณฑ์การคัดเข้า จำนวน 13 เรื่อง โดยมีรายละเอียดดังภาพ 17



ภาพ 17 แสดงPRISMA flow diagram แสดงผลลัพธ์การค้นหาวรรณกรรมจากฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ (ค้นหาเมื่อวันที่ 28 พฤษภาคม 2565)

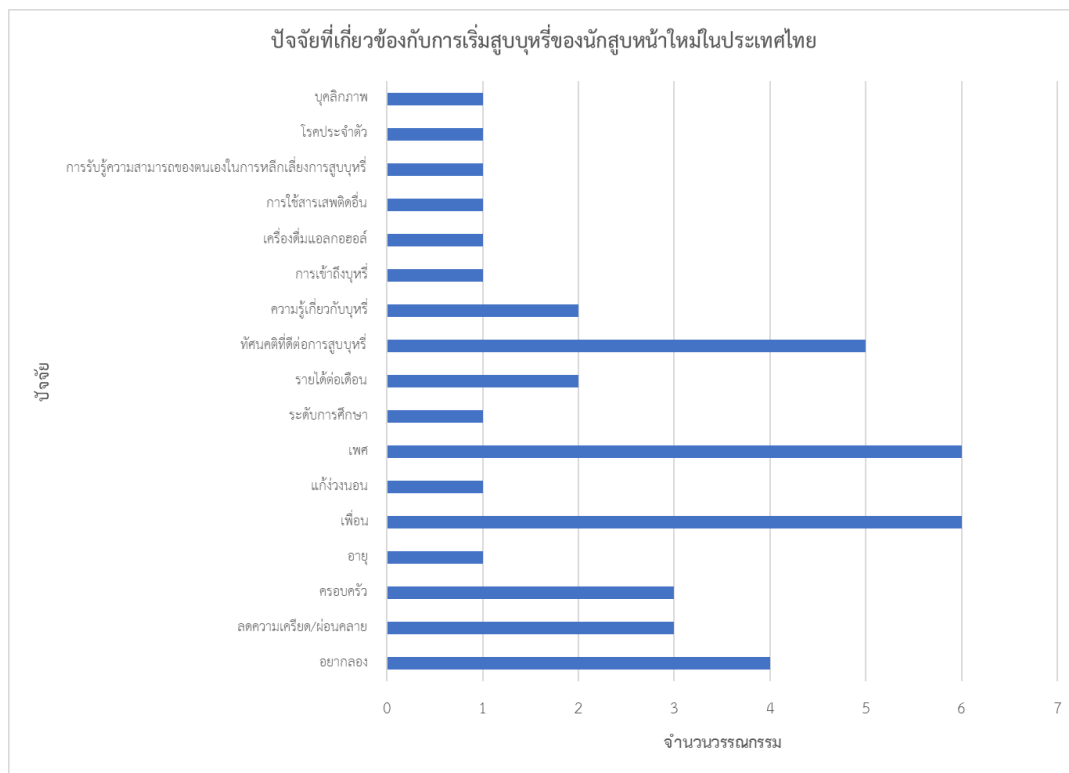
1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในประเทศไทย

ข้อมูลโดยทั่วไป พบว่า วรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้าจำนวน 13 เรื่อง ตีพิมพ์เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ.2558 – 2564 โดยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 12 เรื่อง และศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ) จำนวน 1 เรื่อง โดยศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด และศึกษาในภาคกลางน้อยที่สุด โดยไม่พบการศึกษาในภาคตะวันตก ดังรายละเอียดในภาพ 18



ภาพ 18 แสดงภูมิภาคของการศึกษาวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่

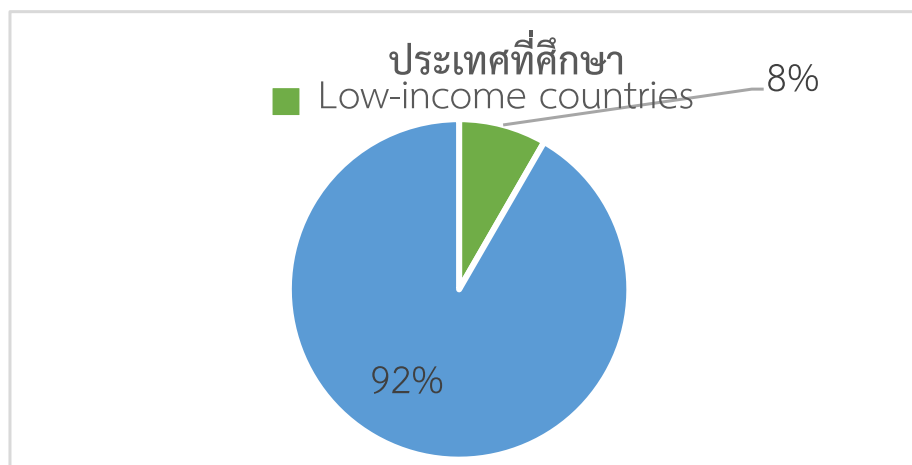
การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในประเทศไทยมากที่สุด คือ เพื่อน และเพศ ลำดับถัดมา คือ ทักษะชีวิตที่ดีต่อการสูบบุหรี่ อยากรอง ครอบครัวยุ และลดความเครียด ตามลำดับ ในส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่พบการกล่าวถึงซ้ำกันจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว คือ บุคลิกภาพ โรคประจำตัว การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ การใช้สารเสพติดอื่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเข้าถึงบุหรี่ ระดับการศึกษา แก้วงนอน และอายุ โดยมีรายละเอียดตามภาพ 19



ภาพ 19 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในประเทศไทย

1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในต่างประเทศ

ข้อมูลโดยทั่วไป พบว่า วรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้าจำนวน 12 เรื่อง ตีพิมพ์เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2564 โดยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 9 เรื่อง ศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยศึกษาในประเทศกลุ่ม High-income countries มากที่สุด และไม่พบการศึกษาในกลุ่มประเทศ Middle-income countries ดังรายละเอียดในภาพ 20

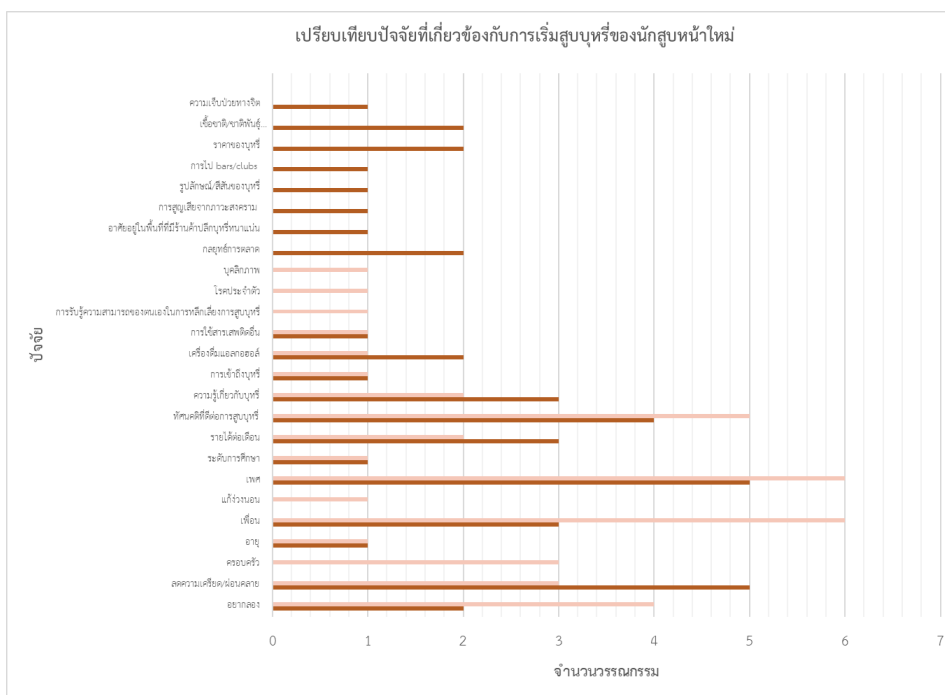


ภาพ 20 แสดงกลุ่มประเทศที่มีการยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่รุ่นใหม่

การสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่รุ่นใหม่ในต่างประเทศมากที่สุด คือ เพศ ลำดับถัดมา คือ ทักษะคิดที่ต่อต้านการสูบบุหรี่ เพื่อพักผ่อนและความเพลิดเพลิน ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ รายได้ต่อเดือน และเพื่อน ตามลำดับ ในส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่พบการกล่าวถึงซ้ำกันจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว คือ ความเจ็บป่วยทางจิต การไป bar/club รูปลักษณะสีสันของบุหรี่ การสูญเสียจากภาวะสงคราม อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีร้านค้าปลีกบุหรี่หนาแน่น การใช้สารเสพติดอื่น การเข้าถึงบุหรี่ ระดับการศึกษา และอายุ โดยมีรายละเอียดดังภาพ 21



ภาพ 21 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่รุ่นใหม่ในต่างประเทศ



ภาพ 22 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่หน้าใหม่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หมายเหตุ ■ แสดงปัจจัยที่พบในต่างประเทศ ■ แสดงปัจจัยที่พบในประเทศไทย

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเปรียบเทียบกัน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่หน้าใหม่ที่มีความสอดคล้องกันมากที่สุด คือ เพศ ลำดับถัดมา คือ ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ และเพื่อนตามลำดับ โดยมีหลายปัจจัยที่พบเฉพาะพื้นที่ และไม่มีการกล่าวถึงซ้ำกัน เช่น การสูญเสียจากภาวะสงคราม แก้วงวงนอน ครอบครัว บุคลิกภาพ โรคประจำตัว เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังภาพ 22

2. ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับผู้บริหารมูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผู้บริหารเขตพื้นที่การศึกษา ครูและนักเรียนแกนนำเยาวชน รวมจำนวน 15 คน พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่หน้าใหม่ คือ เพื่อน มากที่สุด รองลงมา คือ อยากรู้อยากลอง และครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดสูบบุหรี่ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ของผู้ให้ข้อมูลหลักใน
โครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของ นักสูบหน้าใหม่	ความถี่	รหัสผู้ให้ข้อมูล
ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดสูบบุหรี่	5	NL01, LO01, LO02, LO03, LO04
เพื่อน	15	NL01, LO01, LO02, LO03, LO04, LO05, LO06, LO07, LO08, LO09, LO10, LO11, LO12, LO13, LO14
กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณา		
ประชาสัมพันธ์ของบริษัทบุหรี่ การใช้ดารานำ	1	NL01, LO02
การเข้าถึงและการหาซื้อบุหรี่ได้ผ่านระบบ ออนไลน์	3	NL01, LO01, LO02
อยากรู้ อยากลอง	13	NL01, LO03, LO04, LO05, LO06, LO07, LO08, LO09, LO10, LO11, LO12, LO13, LO14

จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่มีความสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว ทั้งหมดในทุกปัจจัยโดยมีส่วนหนึ่งของบทสัมภาษณ์ ดังนี้

“...การโฆษณาหรือว่ากลยุทธ์ของบริษัทบุหรี่ที่ค่อนข้างรุกหนัก ณ ตอนนี้นั้นมันไม่ได้พูดคำว่าบุหรี่ธรรมดา เป็นเรื่องบุหรี่ไฟฟ้า 2 ปีหลังนี้เรื่องบุหรี่ไฟฟ้ามันหนักหน่วงมาก ๆ เป็นเรื่องของกลยุทธ์ เรื่องของการเข้าถึง โควิดมาแต่ทั่วโลก social เปิดหนักมาก แล้วก็การขายบุหรี่ไฟฟ้า online ก็หนักหน่วงมาก ๆ อันนั้นเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เขาอยากรู้ อยากลอง ในเรื่องของ trend ในเรื่องของการที่ มันเข้า style เขาเลย รูปลักษณ์ รูปแบบใหม่ ๆ ของบุหรี่ไฟฟ้าเข้ามามันทำให้เขาอยากรู้ อยากลอง นั่นคือสิ่งที่มันเป็นปัจจัย อีกอันหนึ่งคือเรื่องเพื่อน ถ้าเขาอยู่ในกลุ่ม หรือว่าก๊วนที่เป็นคนที่สูบบุหรี่ไฟฟ้าเนี่ย เขาก็ ก็ต้องไปกับเพื่อนเขา...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NL01)

“...ไอดอลของเด็กเลยครับ พ่อแม่ ร้อยละ 90% ถ้าเด็กเห็นพ่อแม่สูบบุหรี่ก็จะเห็น บุหรี่เป็นเรื่องปกติ ก็หยิบมาสูบบุหรี่...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล LO01)

“...ที่เด็กอยากสูบบุหรี่อีกอย่างหนึ่งก็คืออยากลองตามดารา...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล LO02)

“...หนึ่งคือความอยากลอง แล้วก็ค่อนข้างจะห่างๆ เดี่ยวนี้เด็กไม่ได้พกบุหรี่ยะ เด็ก พกของบุหรี่ยี่ห้อต่างๆ อะ เสร็จแล้วไปซื้อมาใส่ในกระเป๋า

(รหัสผู้ให้ข้อมูล LO03)

“...อย่างคนงานที่ตัดอ้อย อย่างที่ผมบอก นั่นแหละ คือเด็กมันเห็นไง เด็กมันไป รับจ้างตัดกับพ่อกับแม่ เขาก็เห็น ก็อยากลอง ก็ติดตาม...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล LO04)

3. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ จำนวน 5 คน ให้ข้อมูลในทิศทางเดียวกันว่า เพื่อนและเพศ เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ ไม่เพียงเท่านั้น สังคมและสิ่งแวดล้อมยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการการสูบบุหรี่ของนักศึกษาในพื้นที่ ด้วยเช่นกัน

“...เรื่องเพื่อนสำคัญ เรื่องเพศก็สำคัญ ส่วนมากผู้ชายก็จะมองว่าการสูบบุหรี่เป็นเรื่องเท่ การมีบุหรี่ยี่ห้อไว้ในกระเป๋าเป็นเรื่องเท่ ส่วนอยากลองนี่ก็เป็นทุกคน เป็นทุกช่วงวัย ไซ้ เห็นด้วย ยืนยัน ปัจจัยตามนี้ ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL01)

“...โดยส่วนตัวของผม เรื่องเพศกับเพื่อนเป็นสิ่งสำคัญอยู่แล้วนะครับ เพื่อนเป็นตัวที่ทำให้เกิดนักสูบบุหรี่ใหม่มาทุกเหตุผลของการวิจัยที่ออกมา ไม่ว่าจะคุณอยู่ที่ตรงไหน เพื่อน เพศ สังคม สิ่งแวดล้อม แล้วก็การสร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวเอง ทุกคนมองว่ามันดี สูบบุหรี่แล้วมันเท่ เพื่อนเนี่ย ไปนั่งวงแล้วเห็นเพื่อนสูบบุหรี่ อายากสูบบุหรี่ อายากเท่ และถ้าถามผม ผู้ชายก็จะมีเปอร์เซ็นต์ในการสูบบุหรี่มากกว่า เท่ที่ผมสังเกตมานะครับ ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL03)

“...พี่ว่าครบถ้วนทุกประเด็นแล้วค่ะ แต่ส่วนใหญ่ในมุมมองพี่ น่าจะเป็นเรื่องเพศกับเพื่อนซะเยอะ เพราะจากที่เห็น ผู้ชายสูบบุหรี่กันเยอะมาก แต่ผู้หญิงก็น้อยนะค่ะ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL04)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาอีก 6 คน โดยสุ่มจากนักศึกษาที่กำลังสูบบุหรี่หรืออยู่ในจุดที่สถาบันจัดไว้และนักศึกษาเต็มใจในการให้ข้อมูล พบว่า นักศึกษากลุ่มนี้เริ่มสูบบุหรี่ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนต้น รู้จักบุหรี่ผ่านการแนะนำของเพื่อน นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในโทษและอันตรายต่อร่างกายจากการสูบบุหรี่เป็นอย่างดี ไม่กลัวคำเตือนหรือรูปภาพบนซองบุหรี่ และไม่ได้รับผลกระทบจากการขึ้นราคาบุหรี่ เนื่องจากนักศึกษาสามารถหาซื้อบุหรี่ย่านเข้าที่ไม่เสียภาษีและมีราคาถูกกว่าบุหรี่ปกติได้จากเครือข่ายเพื่อนที่สูบบุหรี่ผ่านช่องทาง Line กลุ่ม

“...เรารู้ว่ามันเป็นอยู่แล้ว เราก็ยอมรับในสิ่งที่มันจะเป็น ภาพน่าจะกลัวแค่ไหนผมก็สูบ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล ST01)

“...นี่อาจารย์ บุหรี่ย่าน ราคาถูกกว่าด้วยซองไม่เกิน 50 บาท หาในไลน์กลุ่มเยอะแยะ ผากเพื่อนซื้อก็ได้ มันไม่ใช่ซองปลอมด้วยนะ เหมือนมันหนีภาษีมา ถ้าบุหรี่ย่านขึ้นเป็นซองละ 100 200 ผมก็ไปหาซื้อพวกนี้แหละ ยังไงมันก็มี...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล ST02)

“...พวกผมสูบกันมาตั้งแต่ ม.1 ม.2 ช่วงนั้นเฮิร์ตกับความรักไง เครียดก็เลยลองถามว่ารู้จักยี่ห้อบุหรี่ได้ยังไง ก็ถามเพื่อน เพื่อนยื่นอันไหนให้ก็เอาอันนั้นแหละ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล ST06)

ตาราง 7 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ของผู้ให้ข้อมูลหลักในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่	ความถี่	รหัสผู้ให้ข้อมูล
เพศ	5	UL01, UL02, UL03, UL04, UL05
เพื่อน	5	UL01, UL02, UL03, UL04, UL05
ความเท่ / บุคลิกภาพ	4	UL01, UL03, UL04, UL05
สังคม / สภาพแวดล้อม	2	UL03, UL04
ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่	6	ST01, ST02, ST03, ST04, ST05, ST06
ความเครียด	3	ST01, ST02, ST06
ความรู้สึทางเพศ / ความรัก	1	ST06

จากข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ทั้งในส่วนของผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ จำนวน 5 คน และนักศึกษา จำนวน 6 คน พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่มากที่สุด คือ ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ รองลงมาคือ เพศ เพื่อน และความเท่ / บุคลิกภาพ ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังตาราง 7

ตาราง 8 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว กับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม อย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่
ครอบครัว	ครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดสูบบุหรี่
เพื่อน	เพื่อน
กลยุทธ์การตลาด	กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของบริษัทบุหรี่ การใช้ดารา
การเข้าถึงบุหรี่	การเข้าถึงและการหาซื้อบุหรี่ได้ผ่านระบบออนไลน์
อยากลอง	อยากรู้/อยากลอง

จากตาราง 8 เมื่อนำข้อมูลปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วมาเปรียบเทียบกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ พบว่าทุกปัจจัยที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่มีความสอดคล้องกับผลการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว

ตาราง 9 แสดงการวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว กับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรม อย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)	ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ
เพศ	เพศ
เพื่อน	เพื่อน
บุคลิกภาพ	ความเท่ / บุคลิกภาพ
ครอบครัว	สังคม / สภาพแวดล้อม
อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีร้านค้าปลีกบุหรี่หนาแน่น	
ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่	ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่
ลดความเครียด/ผ่อนคลาย	ความเครียด
	ความรู้สึกทางเพศ / ความรัก

จากตาราง 9 เมื่อนำข้อมูลปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วมาเปรียบเทียบกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ พบว่าปัจจัยที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ มีความแตกต่างกัน 1 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านความรู้สึกทางเพศ / ความรัก ซึ่งจากข้อมูลพบว่านักศึกษาเริ่มสูบบุหรี่เนื่องจากผิดหวังในความรักกับเพศตรงข้าม

ตาราง 10 แสดงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ซึ่งไม่สอดคล้องกัน

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของ นักสูบบุหรี่ใหม่	แหล่งที่มา
อายุ	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
แก๊งวุ่นนอน	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
ระดับการศึกษา	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
รายได้ต่อเดือน	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
เครื่องดื่มแอลกอฮอล์	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
การใช้สารเสพติดอื่น	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
การรับรู้ความสามารถของตนเองในการ หลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
โรคประจำตัว	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
การสูญเสียจากภาวะสงคราม	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
รูปลักษณ์/สีสันทนของบุหรี่	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
การไป bars/clubs	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
ราคาของบุหรี่	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ race/ethnicity	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
ความเจ็บป่วยทางจิต	การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว
ความรู้สึทางเพศ / ความรัก	การสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

จากข้อมูลในตาราง 10 แสดงปัจจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกันจากการนำข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบมาวิเคราะห์ผลเปรียบเทียบกัน พบว่า มีปัจจัยทั้งสิ้น 16 ปัจจัย คือ อายุ แก๊งวุ่นนอน ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้สารเสพติดอื่น การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ โรคประจำตัว การสูญเสียจากภาวะสงคราม รูปลักษณ์/สีสันทนของบุหรี่ การไป bars/clubs ราคาของบุหรี่ เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ race/ethnicity ความเจ็บป่วยทางจิตซึ่ง

พบเฉพาะการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว และ ความรู้สึกทางเพศ / ความรัก ซึ่งพบเฉพาะในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเท่านั้น

ช่องว่างจากการนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap)

1. มาตรการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

อัตราการสูบบุหรี่ทั่วโลกของนักศึกษาในหลักสูตรพยาบาลศาสตร์ ทั้งข้อมูลที่ทำโดยหน่วยงาน European Health Survey และผลลัพธ์จากงานวิจัย พบว่า มีอัตราการสูบบุหรี่ที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเพศชาย เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 5-6 เมื่อเทียบกับเพศหญิง ซึ่งสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าเพศมีความสำคัญและมีส่วนในการก่อให้เกิดพฤติกรรมเสี่ยงของการสูบบุหรี่ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่านักศึกษามีการเริ่มสูบบุหรี่มวนแรกเมื่ออายุเฉลี่ย 15 ปี ดังนั้นการพัฒนานโยบายหรือการสื่อสารในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่จึงควรครอบคลุมปัจจัยเสี่ยงทั้งด้านเพศ และอายุ (Fernández-García et al., 2020)

ข้อมูลข้างต้นสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับโครงการโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ และสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ในประเด็นปัจจัยด้านเพศที่มีผลต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ อย่างไรก็ตามการดำเนินโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ซึ่งเป็นโครงการขนาดใหญ่ระดับประเทศที่มุ่งลดนักสูบบุหรี่ใหม่และดำเนินโครงการอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันกับสถาบันอุดมศึกษาที่มีกฎหมายสนับสนุนการเป็นพื้นที่ปลอดบุหรี่ และเป็นพื้นที่พัฒนาบุคลากรที่สำคัญของประเทศ ซึ่งยังไม่ได้มีการมุ่งเน้นการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความต้องการที่แตกต่างกันระหว่างเพศอย่างชัดเจน จึงถือเป็นช่องว่างที่สำคัญในการนำผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติให้เกิดรูปธรรมทั้งในระดับนโยบาย และระดับปฏิบัติการ

นอกจากนี้ผลการวิจัยยังค้นพบว่า การที่วัยรุ่นอยากลองหรือมีทัศนคติที่ดีกับการสูบบุหรี่ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะการรับรู้เรื่องประสิทธิภาพของการสูบบุหรี่ที่ช่วยผ่อนคลาย หรือช่วยให้เกิดความสุขในระยะสั้น ซึ่งมีวัยรุ่นอีกจำนวนมากที่ไม่เข้าใจเหตุผลในการห้ามสูบบุหรี่ และมีทัศนคติว่าการเคลื่อนไหวทางสังคมให้ลด ละ เลิกการสูบบุหรี่ไม่ยุติธรรม ดังนั้นจึงอาจเกิดการต่อต้านและไม่สนใจกับกฎระเบียบและการรณรงค์ในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกันอย่างชัดเจนกับผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เนื่องจากนักศึกษาในพื้นที่ แม้จะเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการรณรงค์ขับเคลื่อนนโยบายเพื่อป้องกันการสูบบุหรี่ แต่กลับเป็นผู้สูบบุหรี่เสียเอง เพราะมีทัศนคติที่ดีกับการสูบบุหรี่ การรณรงค์จึงเป็นเพียงปรากฏการณ์ของการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองตัวชี้วัดของหน่วยงาน แต่ไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการแก้ไขปัญหาและการป้องกันการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักสูบบุหรี่หน้าใหม่อย่างแท้จริง เนื่องจากเยาวชนกลุ่มตัวอย่างในกระบวนการวิจัยเป็นหนึ่งในผู้เข้าร่วมกิจกรรมการรณรงค์ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็น "ผู้สูบ" ที่สูบบุหรี่

มาในระยะเวลาหลายปี แต่ก็ต้องมาทำหน้าที่แสดงบทบาททรงพลังเพราะเป็นคนในกลุ่มที่ต้องทำหน้าทีนั้น

เช่นที่โฮล์มส์ ลีอา วัตคินส์ ลิซา, และลิง (Holmes, Lea Watkins, Lisha, & Ling, 2019) อธิบายว่าบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ยุคใหม่มีความพยายามเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง และปรับเปลี่ยนรูปแบบการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด โดยมีการอาศัยช่องว่างทางการตลาดและสร้างการรับรู้ถึงประโยชน์ของบุหรี่ในหลายรูปแบบ ด้วยเหตุนี้ การขับเคลื่อนนโยบายและการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่ จึงจำเป็นต้องมีการรณรงค์ทางสาธารณสุขทั้งในระดับสถาบันการศึกษา ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค เรื่อยไปจนถึงระดับประเทศ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในด้านทัศนคติอย่างถูกต้อง

ไม่เพียงเท่านั้นการกำหนดนโยบายและมาตรการทางสาธารณสุขเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงทั้งทัศนคติ การรับรู้ หรือพฤติกรรมการสูบบุหรี่ จำเป็นต้องคำนึงถึงบริบทท้องถิ่น และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนด้วย การกำหนดนโยบายและมาตรการจากส่วนกลาง หรือจากหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง อาจส่งผลให้เกิดการปฏิเสธในการยอมรับและปฏิบัติตามนโยบายหรือมาตรการต่าง ๆ และการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้เสียในทุกมิติ จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย ความหลากหลายของบริบททางวัฒนธรรมส่งผลกระทบต่ออย่างไม้อาจจะหลีกเลี่ยงได้ เมื่อภาพของ ผู้นำครอบครัว คือ ตัวอย่างที่ใกล้ชิดแรกของเยาวชนในการเป็นผู้สูบบุหรี่ นักสูบหน้าใหม่ จึงเลียนแบบบุคคลใกล้ชิดได้อย่างดี ขณะที่นักสูบหน้าใหม่บางคนต้องแสดงบทบาทของตนเองตามกลุ่มเพื่อน เนื่องจากเพื่อนนับเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นเป็นอย่างมาก (Ghenadenik, Gauvin, & Frohlich, 2020)

สถานการณ์ที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นเป็นการสะท้อนให้เห็นช่องว่างอย่างชัดเจนในด้านของการสร้างการมีส่วนร่วมในทุกมิติ โดยเฉพาะการปฏิบัติงานตามนโยบายของผู้ปฏิบัติที่ต้องรับนโยบายและงบประมาณจากส่วนกลางเพื่อสร้างผลงานของหน่วยงานภายใต้ระยะเวลา ขอบเขตและการตอบสนองต่อหน่วยงานส่วนกลาง ด้วยเหตุนี้จึงไม่สามารถลดจำนวน หรือปรับเปลี่ยนทัศนคติ การรับรู้ หรือพฤติกรรมของนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่ได้เช่นเดียวกับสถานการณ์อื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในทำนองเดียวกัน

อย่างไรก็ตามงานวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริกาของอันโตญี และคณะ (Antognoli et al., 2018) พบว่าวิธีการทางอ้อม อาทิ การกำกับติดตามและปฏิบัติตามนโยบายอย่างรอบคอบ และรัดกุม ทั้งในด้านการห้ามจำหน่ายบุหรี่ให้กับเยาวชน การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ การงดสูบบุหรี่ในที่สาธารณะและสถานที่ที่รัฐบาลกำหนด เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ได้ แต่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับ

สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบยังพบว่านักศึกษามีพฤติกรรมสูบบุหรี่ทั้งในพื้นที่สาธารณะและในอาคารเรียน ตลอดจนสามารถหาซื้อบุหรี่ได้รอบสถาบันอุดมศึกษา และยังเข้าถึงบุหรี่ได้อย่างง่ายดายผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นช่องว่างของการปฏิบัติหน้าที่ในการบังคับใช้มาตรการ ทำให้ขาดปัจจัยสนับสนุนในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่

2. การพัฒนานโยบายของสถาบันอุดมศึกษาที่เน้นเรื่องของการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

การทบทวนและพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนในปัจจุบันเพื่อมุ่งเน้นหรือสอดแทรกองค์ความรู้ด้านการสูบบุหรี่เพื่อสร้างการรับรู้ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียน นักศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด นับเป็นความท้าทายต่อผู้กำหนดนโยบายทั้งในระดับส่วนกลาง และระดับสถานศึกษาเป็นอย่างมาก เนื่องจากจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือกับทุกภาคส่วนทั้งในสถาบันการศึกษา และภายนอกสถาบันการศึกษา และต้องสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดนักสูบบุหรี่ใหม่ที่มีอายุลดน้อยลงเรื่อย ๆ ดังเช่นในปัจจุบัน (Fernández-García et al., 2020; Wackowski et al., 2018)

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ และสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างในการดำเนินงานด้านการรณรงค์ และการให้ความรู้เพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ เนื่องจากโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยนักเรียนชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษาในระดับประเทศ ส่วนการขับเคลื่อนโครงการในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ยังคงแบ่งแยกการดำเนินงานอย่างชัดเจนในระหว่างฝ่ายวิชาการ และฝ่ายกิจการนักศึกษา แม้จะมีความพยายามในการสอดแทรกประเด็นการสูบบุหรี่ในรายวิชาไปแล้วในอดีต แต่ยังคงขาดความต่อเนื่องและจริงจังของการดำเนินการ เนื่องจากภาระหน้าที่และการสร้างการมีส่วนร่วมทั้งในเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติ

ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งดำเนินการเพื่อตอบโจทย์ช่องว่างจากการนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap) โดยใช้สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเป็นพื้นที่ในการพัฒนา “นวัตกรรมทางสังคม” ข้อมูลที่ได้จากผลการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 และการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว พบว่ามีนักวิชาการศึกษาวิจัยด้านปัจจัยที่มีส่วนในการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่เป็นจำนวนมาก ทั้งในระดับประเทศ และในระดับนานาชาติ ตลอดจนมีการพัฒนานวัตกรรม รูปแบบการสื่อสาร รูปแบบการเรียนรู้อื่น ๆ เพื่อแก้ไขปัญหาจำนวนการเพิ่มขึ้นของนักสูบบุหรี่ใหม่ในสังคม แต่ทั้งสองส่วนยังขาดการนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้วิจัยได้นำการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมมาใช้ในการเติมเต็มช่องว่างของการนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap) โดยใช้วิธีการนำเสนอผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 ให้กับผู้เข้าร่วมการวิจัย และร่วมรับฟัง คิด สร้างสรรค์ วิเคราะห์ และพัฒนารูปแบบ

การสื่อสาร โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change) เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้ไปสู่การกำหนดนโยบายของสถาบันอุดมศึกษาในอนาคตต่อไป

ช่องว่างเชิงประชากร (Population Gap)

จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว พบว่าในฐานข้อมูลต่างประเทศยังคงมีช่องว่างในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Countries) ซึ่งหมายรวมถึงประเทศไทย และประเทศที่อยู่ในระดับเศรษฐกิจเดียวกัน ดังนั้นปัจจัยที่ค้นพบจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วจึงไม่ได้สอดคล้องกับปัจจัยที่พบจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่และสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในทุกปัจจัย

ด้วยเหตุนี้ ผลการศึกษาวิจัยนี้จึงช่วยเติมเต็มช่องว่างเชิงประชากร (Population Gap) ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลาง (Middle Income Countries) ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคม นโยบาย หรือมาตรการในการบังคับใช้เพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ทั้งในระดับสถาบันการศึกษา และระดับประเทศ ซึ่งข้อมูลจากการวิเคราะห์ช่องว่างจากการนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap) และช่องว่างเชิงประชากร (Population Gap) ผู้วิจัยได้นำไปสนทนาและระดมสมองในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ในวัตถุประสงค์ที่ 2 ซึ่งจะกล่าวถึงในลำดับถัดไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

การศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ขั้นตอนของการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมของจูลี วัตเทอร์สและคณะ (Watters et al., 2010) โดยมีผลการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกประเด็นปัญหา

ภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยในวัตถุประสงค์ที่ 1 เรียบร้อยแล้วนั้น ผู้วิจัยจึงได้ประสานไปยังสถาบันอุดมศึกษาต่าง ๆ โดยไม่จำกัดภูมิภาคเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าพื้นที่ดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ผ่านการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการในเครือข่ายคณาจารย์ของสถาบันอุดมศึกษา โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นสถาบันอุดมศึกษาทั้งในสังกัดภาครัฐและเอกชน ที่เปิดสอนในระดับปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยคือ ผู้ที่มีอายุ 19 – 24 ปี ซึ่งจะอยู่ในระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรีหรืออนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าพื้นที่ และสามารถ

ดำเนินงานวิจัยได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการ ผู้บริหาร คณาจารย์มีความสนใจและให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย และสถาบันอุดมศึกษานั้นยินดีที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

ทั้งนี้ผู้บริหารสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งหนึ่งในเขตกรุงเทพมหานคร ตอบรับอย่างไม่เป็นทางการผ่านการสนทนา โดยเป็นไปตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนดทุกข้อ อย่างไรก็ตามด้วยเงื่อนไขของสถาบันอุดมศึกษาและคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยจึงไม่สามารถเปิดเผยรายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้บริหารและคณาจารย์ ตลอดจนนักศึกษาที่เข้าร่วมกิจกรรมในแต่ละขั้นตอนได้ และไม่สามารถนำเสนอส่วนใดส่วนหนึ่งที่สามารถเชื่อมโยงถึงสถาบันอุดมศึกษาดังกล่าวในวิทยานิพนธ์ได้

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการออกหนังสือเพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าถึงข้อมูลในพื้นที่อย่างเป็นทางการ โดยระยะก่อนทำวิจัยผู้วิจัยได้เตรียมตัวให้พร้อมเพื่อเข้าพื้นที่จริง ด้วยการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชุมชน สถาบันอุดมศึกษา และบริบทต่าง ๆ พร้อมทั้งทำความเข้าใจสภาพปัญหาของการสื่อสารเพื่อการรณรงค์ในพื้นที่ ตลอดจนศึกษาแผนปฏิบัติการ นโยบายของผู้บริหาร พร้อมทั้งทำความเข้าใจในพื้นที่ เส้นทาง และบริบทของสถานที่ให้รอบคอบและรัดกุม ทั้งนี้ก่อนเข้าสัมภาษณ์กับผู้บริหารของสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างสัมพันธ์ภาพผ่านการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการ ตลอดจนเข้าร่วมกิจกรรมที่สถาบันอุดมศึกษาจัดขึ้น เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

2. เลือกผู้เข้าร่วมวิจัย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยกำหนดจำนวนของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยอ้างอิงจากจำเนียร จวงตระกูล (2561) กำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นจำนวน 11 คน

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยมีกระบวนการในการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก ดังนี้

1. ผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักในกลุ่มผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ฝ่ายละ 1 คน จากนั้นจึงใช้วิธีการ Snowball Sampling เพิ่มอีกจำนวน 3 คน รวมเป็น 5 คน

2. นักศึกษา

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยสุ่มจากนักศึกษาที่กำลังสูบบุหรี่อยู่ในจุดที่สถาบันจัดไว้และนักศึกษาเต็มใจในการให้ข้อมูล จำนวน 6 คน

การระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยผ่านผู้ให้ข้อมูลหลักในรหัส UL01 – UL05 เพื่อหาผู้ที่เต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยเข้าชี้แจงข้อมูลในการดำเนินกิจกรรมการวิจัยและข้อกำหนดที่สำคัญตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้รับฟัง พร้อมแสดงเจตนาในการให้ความยินยอมเพื่อเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้

3. การระดมทุน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยไม่ได้ขอรับทุนสนับสนุนจากหน่วยงานอื่น ๆ ดังนั้นผู้เข้าร่วมโครงการวิจัยจึงไม่ได้รับค่าตอบแทนในการเสียเวลาให้ข้อมูล นอกจากนี้ยังได้รับความอนุเคราะห์จากสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในการเข้าใช้พื้นที่เพื่อดำเนินการวิจัยโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตามทุนการวิจัยอาจเป็นข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้ด้วย ซึ่งผู้วิจัยจะได้สรุปข้อมูลในส่วนข้อจำกัดของการวิจัยในบทถัดไป

4. ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยใช้การศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่ โดยมีขั้นตอน คือ

4.1 ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่

4.2 ผู้วิจัยดำเนินการการระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่

5. การวิเคราะห์และตีความข้อมูล

5.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่

5.1.1 สภาพปัจจุบันของการดำเนินการป้องกันน้กสูบน้ำใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ จำนวน 5 คน พบว่า สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันน้กสูบน้ำ

หน้าใหม่มีมากกว่า 10 ปี โดยมีการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ และกิจกรรมลดการสูบบุหรี่ของนักศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีการศึกษา ตลอดจนเป็นแกนนำเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเพื่อป้องกันยาเสพติดในพื้นที่

“...สิ่งที่มหาวิทยาลัยดำเนินการอยู่ รณรงค์ ประชาสัมพันธ์ เราทำมาต่อเนื่องแล้ว เรามีศูนย์ให้คำปรึกษาที่จะมาปรึกษาเรื่อง ลด ละ เลิกบุหรี่ หรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับการติดบุหรี่ เรามีการทำร่วมกับสโมสรนักศึกษา การแข่งเกม เอาทุกคนมาเดินรณรงค์ เอาภาพที่น่ากลัวมาให้เขาเห็น ซึ่งมันต้องให้เขาเห็นประจำ หรือโครงการเดินของกิจการนักศึกษา เดินไปตามตึก ตามอาคารต่าง ๆ เวลาเห็นใครสูบบุหรี่ก็จะเรียกมาตักเตือนว่า การสูบบุหรี่นั้น มันเป็นสิทธิ์ของคุณ แต่สิทธิ์ของคุณมันต้องอยู่ในกรอบ อยู่ในสถานที่ที่กำหนดและต้องไม่กระทบกับคนอื่น...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL03)

“...มหาวิทยาลัยมีการจัดตั้งโครงการ ... ซึ่งอยู่ในนี้หลายเรื่องเลย เราจะดูแลด้านความปลอดภัย การบริการ ยาเสพติด อบรมมุข การพนัน ทะเลาะวิวาท ทั้งหมดนี้ก็จะมีความระมัดระวัง มีคณะทุกคน หน่วยงาน มีหน่วยงานภายนอกด้วยนะ ผู้แทนเขต ผู้แทนชุมชนเข้ามา...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL05)

สถาบันอุดมศึกษาได้ให้ความสำคัญในการป้องกันและลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ในพื้นที่ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารกิจการนักศึกษาซึ่งมีองค์ประกอบ คือ รองอธิการบดี ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาทุกคณะ ผู้บริหารส่วนงานสนับสนุนทุกส่วนในสถาบัน โดยให้มีอำนาจหน้าที่ร่วมพิจารณาทิศทางการพัฒนานักศึกษา ร่วมกันพิจารณางบประมาณที่ได้รับจากสถาบันในการพัฒนานักศึกษาให้เปิดประโยชน์สูงสุด กำกับดูแลงบประมาณ กิจกรรมและภารกิจอื่น ๆ กำกับดูแลการประกันคุณภาพการศึกษาตามมาตรฐานระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ส่งเสริมสนับสนุน การจัดกิจกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนักศึกษาได้มีการพัฒนาความสามารถตามความถนัด โดยกำหนดให้มีการประชุมทุกเดือนเพื่อกำกับติดตามการดำเนินงาน และชี้แจงข้อมูลนโยบาย มาตรการ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้กรรมการทุกคนได้รับทราบและปฏิบัติ

“...เราทำงานร่วมกันทั้งหมด มีการประชุมคณะกรรมการบริหารกิจการนักศึกษา มีคณะทุกคณะ ทุกวิทยาลัย หน่วยงานทุกหน่วยงาน อาคารสถานที่ ประชาสัมพันธ์ กองทุน เรามีอยู่ในนี้หมด รวมถึงสโมสรด้วย แต่วิธีการนำไปถ่ายทอด นำไปจัดการแต่ละ คณะก็จะแตกต่างกัน ยกเว้นว่าเป็นการรณรงค์ในเรื่องเครือข่ายอาสาเสพติดใหญ่ เราก็ให้ ตัวแทนมหาวิทยาลัยไปรับนโยบายมา แล้วมาถ่ายทอด ซึ่งจะมีการประชุมคณะกรรมการ ทุกเดือน ทางศูนย์สุขภาวะก็จะแจ้งเพื่อทราบบ้าง สืบเนื่องบ้าง...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL03)

จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาเป็นการสื่อสารอย่างเป็นทางการ โดยเน้นการสื่อสารผ่านคำสั่ง ประกาศของสถาบัน และการสื่อสารในการประชุมประจำเดือน ซึ่งไม่ได้เน้นเฉพาะเจาะจงในด้านบุหรือนักสับสนหน้าใหม่แต่เพียงด้านเดียว อย่างไรก็ตามในระดับผู้ปฏิบัติงานของกลุ่มงานกิจการศึกษาก็ยังคงมีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้ง Facebook และ Line กลุ่ม ไปยังผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาของคณะต่าง ๆ ในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังนักศึกษาให้ได้มากที่สุด

“...เราสื่อสารอย่างเป็นทางการผ่านการประชุม ของเราไม่ค่อยมีการสื่อสารกับเด็ก โดยตรง เรามี Line กลุ่ม Official หากเด็กมีคำถามอะไรก็จะถามมาในไลน์กลุ่มนี้เลย แล้วก็มีการแปะบอร์ด ประชาสัมพันธ์ในมหาวิทยาลัย ลงไลน์ ลงกลุ่ม Facebook บ้าง แต่ส่วนมากคณะเขาจะเอาไปลงกัน ผ่าน ผช.กิจ เพราะ ผช.กิจ เขาจะรู้ว่าเด็กเป็นยังไง เราจะไม่รู้เพราะเราไม่ได้สอนครับ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL03)

การออกแบบสื่อ และการเลือกใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารทั้งภายในองค์กร และการสื่อสารภายนอกองค์กร สถาบันอุดมศึกษาหมายให้สำนักงานประชาสัมพันธ์รับผิดชอบ แต่เพียงผู้เดียว ดังนั้น กลุ่มงานกิจการนักศึกษา หากต้องการออกแบบสื่อ หรือผลิตสื่อเพื่อใช้ ประชาสัมพันธ์และรณรงค์ป้องกันนักสับสนหน้าใหม่ในสถาบัน จะต้องส่งข้อมูลอย่างเป็นทางการผ่าน ทางระบบ e-mail หรือ e-document เพื่อให้สำนักงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตสื่อเท่านั้น ไม่สามารถออกแบบหรือจัดทำสื่อเองได้ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งสถาบัน

“...การออกแบบสื่ออะไรต่าง ๆ นี้ต้องส่งให้ประชาสัมพันธค์ะ จะมาออกเองไม่ได้ มีช่วงหนึ่งเราทำเอง ท่านเห็นก็มองว่าไม่เป็นภาพเดียวกัน ทางนี้ทำการ์ตูน ทางนั้นทำชุดไทย ท่านก็เลยให้ส่งประชาสัมพันธค์ทำ จะได้ออกมาเป็นภาพเดียวกัน ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL02)

5.1.2 ปัญหาของการดำเนินการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบันอุดมศึกษา

ต้นแบบ

ข้อมูลจากผู้บริหารฝ่ายวิชาการ พบว่า การจัดกิจกรรมหรือการรณรงค์ เพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบันอุดมศึกษานั้น เป็นภาระงานโดยตรงของกลุ่มงานกิจการนักศึกษา ดังนั้น ฝ่ายวิชาการจึงไม่ทราบข้อมูลในรายละเอียด และไม่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนการรณรงค์ ทั้งการวางแผน การทำกิจกรรม การติดตามและผลการทำกิจกรรม จำนวนนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบัน ตลอดจนไม่ทราบรายละเอียดนโยบายหรือเป้าหมายที่เกี่ยวข้องกับนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบัน

“...เอาจริง ๆ ก็ยังไม่รู้ว่าเขาทำอะไรกัน และทำอะไรไปแล้วบ้าง แล้วมันมีประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหการสูบบุหรี่ในพื้นที่ได้ดีแค่ไหน ไม่เคยมีใครเอามาบอกคะ อาจจะด้วยความที่เราอยู่ฝั่งวิชาการด้วยเนอะ เรื่องนี้มันเป็นเรื่องของกิจการนักศึกษา...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL01)

“...ถ้ามีฝ่ายวิชาการมาช่วย เอาไปผสมผสานกับการเรียนการสอน ก่อนเข้าเรียนมีการอธิบายถึงโทษของบุหรี่ซ้กนิดหน่อยให้เด็กได้มีความรู้มากขึ้นมันก็คงจะดี แต่ก็อย่างว่าภาระงานฝั่งวิชาการเขาเยอะ เรื่องพวกนี้กิจการก็รับไป...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL02)

“...พีกี่เห็นการรณรงค์ทุกปีนะคะ ช่วงวันงดสูบบุหรี่ มีทุกปี แล้วก็เห็นฝ่ายกิจการนักศึกษารายงานในที่ประชุมบ้าง ก็จะเป็นเรื่องเพื่อทราบคะ ส่วนถ้าถามว่าได้มีส่วนร่วมในการรณรงค์บ้างมั๊ย ก็ต้องตอบตรง ๆ ว่าไม่ค่อยมีเลย ด้วยภาระงานทางวิชาการ แล้วก็เรื่องนี้ก็อยู่ในความรับผิดชอบของฝั่งกิจการเขาอยู่แล้ว...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL04)

นอกจากนี้ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษา จำนวน 6 คน พบว่า นักศึกษาทั้งหมดที่ให้ข้อมูลเป็นนักศึกษาที่ร่วมรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ให้แก่สถาบัน โดยนักศึกษามีทัศนคติที่ว่า หากจะแนะนำให้คนอื่นมาสูบบุหรี่ ก็จะไม่แนะนำ แต่ก็จะไม่ห้ามหากเพื่อนอยากลอง เนื่องจากการสูบบุหรี่เป็นความต้องการเฉพาะบุคคล ไม่สามารถห้ามหรือป้องกันได้ 100% การได้ลองสูบบุหรี่แล้ว จะเลิกหรือจะสูบบุหรี่ต่อไป เป็นการตัดสินใจเฉพาะบุคคลทั้งสิ้น ทุกคนย่อมมีเหตุผลของตัวเอง แม้จะมีความรู้ว่าบุหรี่อันตรายต่อสุขภาพก็ตาม

“...ผมนี้แหละ ทำป้าย ทำบอร์ด ผมนักกีฬาโรงเรียนนะอาจารย์ กิจกรรมอะไรมาผมทำหมด แต่ถามว่าสูบบั๊ยยี่ สูบ อาจารย์ลองไปถามดูก็ได้ พวกที่ถือป้ายของผม. สูบกันทั้งนั้น การรณรงค์ถือป้ายอะไรพวกนี้มันไม่ช่วยหรอก คนมันไม่สูบนะ เอาไปใส่ปากมันมันก็ไม่สูบ แต่ถ้าคนมันจะสูบอะ ซองละ 200 มันยังซื้อเลย อาจารย์ดูบุหรี่ไฟฟ้าดิ ผิดกฎหมายใช่ปะ แต่คนสูบกันทั้งม. ตำรวจยังสูบเลย...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล ST03)

“...บุหรี่ยิ่งขึ้นอยู่กับคนคะอาจารย์ ถ้าให้หนูแนะนำหนูก็ไม่แนะนำ แต่ถ้าเพื่อนอยากจะลอง หนูก็ไม่ห้าม ของแบบนี้ต้องลองเอง ไม่ชอบมันก็เลิกเอง ห้ามไปเตือนมันก็สูบอยู่ดี...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล ST04)

“...แต่ผมมองว่าถ้า ม. จะทำอะไรซักอย่างนะ ไปจัดระเบียบพวกสูบบุหรี่ ให้ไปอยู่เป็นที่เป็นทาง มันก็น่าจะช่วยลดคนสูบบุหรี่ใหม่ไปได้เอง แล้วก็น่าจะลดจำนวนพวกนั่งดมควันบุหรี่จากเพื่อนที่ไม่สูบอะ แต่ตอนนี้มันบังคับไม่ได้ไง อาจารย์มาผมก็หลบ อาจารย์หันหลังก็สูบกันต่อ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล ST05)

ข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาในการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาและนักศึกษา พบว่า บุคลากรและนักศึกษาไม่รู้เป้าหมายและความก้าวหน้าของการรณรงค์มากที่สุด ลำดับถัดมา คือ บุคลากรและนักศึกษาไม่ตระหนักถึงอันตรายของการสูบบุหรี่ บุคลากรและนักศึกษามองว่าการรณรงค์ที่ผ่านมาไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ ตามลำดับดังรายละเอียดในตาราง 11

ตาราง 11 แสดงปัญหาของการดำเนินการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ปัญหาการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่	ความถี่	รหัสผู้ให้ข้อมูล
ไม่มีการสื่อสารกับนักศึกษาโดยตรง	1	UL03
ไม่รู้เป้าหมายและความก้าวหน้าของการรณรงค์	9	UL01, UL04, UL05, ST01, ST02, ST03, ST04, ST05, ST06
ภาระงานที่มากเกินไป	1	UL02
ไม่สามารถบังคับใช้กฎในสถาบันอุดมศึกษาได้	5	UL01, UL02, UL03, UL05, ST05
ไม่มีส่วนร่วมกับการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่	3	UL01, UL04, UL05
ไม่ตระหนักถึงอันตรายของการสูบบุหรี่	6	ST01, ST02, ST03, ST04, ST05, ST06
ขาดความเชื่อมั่นในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่	2	ST03, ST04
การรณรงค์ที่ผ่านมาไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้	6	ST01, ST02, ST03, ST04, ST05, ST06

5.2 ผลการระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

5.2.1 การเลือกใช้เครื่องมือเพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ซึ่งพบว่า การทำงานของแต่ละหน่วยงานในสถาบันอุดมศึกษายังขาดการมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ บุคลากรฝ่ายวิชาการไม่ทราบเป้าหมาย กระบวนการสื่อสาร ภาพรวมของการดำเนินการของ ฝ่ายกิจการนักศึกษาในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการทบทวนวรรณกรรม เพิ่มเติมเพื่อค้นหาเครื่องมือในการสื่อสารให้บุคลากรทั้งฝ่ายวิชาการ ฝ่ายกิจการนักศึกษา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ เข้าใจภาพรวมของการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ อันจะเป็นนวัตกรรมทางสังคมในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษาต่อไป

จากการทบทวนวรรณกรรม เครื่องมือที่มีความเหมาะสมกับสภาพปัญหาของพื้นที่สถาบันอุดมศึกษานี้ คือ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (ToC) และเพื่อให้ ToC มีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาของสถาบันอุดมศึกษา และการศึกษาในหลักสูตรการสื่อสาร ผู้วิจัยจึงเพิ่มกระบวนการกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) เป็นขั้นตอนระหว่างผลลัพธ์ (Output) กับ ปัจจัยนำเข้า (Input) ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำแผนภาพ ToC ไปวางแผนการรณรงค์หรือการทำกิจกรรมเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเพิ่มหัวข้อ เงื่อนไขและอุปสรรค เพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ร่วมกันวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานในอนาคต โดยสิ่งที่สำคัญอย่างมากในการทำ ToC คือ การพิจารณาความเชื่อมโยงของทุกองค์ประกอบว่าสามารถเชื่อมโยงกันได้ตั้งแต่ ปัจจัยนำเข้า (Input) กิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ผลลัพธ์ (Output) เป้าประสงค์ (Outcome) และผลกระทบ (Impact)

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการสรุปข้อมูลแล้วเข้าปรึกษาหารือกับผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ เพื่อขอข้อเสนอแนะต่อการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมในพื้นที่ โดยใช้ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ ToC เป็นเครื่องมือ ซึ่งผู้บริหารเห็นชอบในการนำเครื่องมือดังกล่าวมาพัฒนาใช้ในพื้นที่ เนื่องจาก ในสถาบันอุดมศึกษายังมีปัญหาเรื่องภาระงานและการสร้างการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือกระบวนการในเรื่องต่าง ๆ จึงทำให้บุคลากรแต่ละฝ่ายไม่มีส่วนร่วมในบางกิจกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ หาก ToC จะช่วยสื่อสารไปยังบุคลากรทุกฝ่าย ทั้งระดับบริหาร ปฏิบัติการ หรือนักศึกษาให้เห็นภาพเดียวกันในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ก็จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินการได้มากยิ่งขึ้น

“...ถ้าทำให้ทุกคนเห็นภาพเดียวกันได้ ยิ่งถ้าให้หลาย ๆ คน ได้เข้ามาร่วมคิด ร่วมวางแผน ไม่ต้องทุกคน ทุกคณะก็ได้ มันยากมากที่จะไปเอาทุกคนมานั่งอยู่ด้วยกัน ขอแค่มีนักศึกษาจำนวนหนึ่ง อาจารย์จำนวนหนึ่ง จับผู้บริหารมานั่งซักหน่อยหนึ่ง ฟังกัน คุยกัน ทุกอย่างมันก็ทำออกมาได้หมดแหละค่ะ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL01)

“...พี่ว่าถ้าเครื่องมือนี้มันทำให้คนเห็นภาพเดียวกันได้ โดยที่ไปเอาคนมาช่วยกันคิด ช่วยกันทำได้ ทำเลยคะ ดีมากคะ ยังไม่เคยมีใครทำ ปกติคุยกันในที่ประชุม แจ้งเพื่อทราบบ้าง ประธานแจ้งบ้าง แล้วก็ไปเรื่องอื่น คนทำก็ทำไป...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล UL04)

5.2.2 การจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมทำแบบจำลองทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (ToC)

เมื่อผู้บริหารให้ความเห็นชอบในการนำ ToC มาใช้ในพื้นที่แล้ว ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบกระบวนการในการพัฒนา ToC อ้างอิงจากการศึกษาวิจัย เรื่อง การประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ความปลอดภัยของผู้ป่วยและบุคลากรสาธารณสุข พ.ศ. 2561-2564 โดยที่วิจัยจากโครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ (HITAP) โดยมีการเตรียมสื่อแนะนำเสนอเพื่อให้ความรู้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งความรู้ด้าน ToC และรายงานผลการวิจัยระยะที่ 1 พร้อมเตรียมอุปกรณ์ในการทำกิจกรรมกลุ่ม เช่น กระดาษ Post it ปากกาสีต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างเท่าเทียมกัน

จากนั้น ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องขอความอนุเคราะห์ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มในการระดมความคิดเห็นทำแบบจำลอง ToC อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดของสถาบันอุดมศึกษา ผู้วิจัยไม่สามารถประชาสัมพันธ์ไปยังนักศึกษาด้วยตนเองได้ และไม่สามารถเลือกชั้นเรียนเพื่อเข้าถึงนักศึกษาได้ ซึ่งการเข้าถึงนักศึกษาจำเป็นต้องได้รับอนุญาตจากผู้บริหารคณะ อาจารย์ประจำวิชา และผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนต้องยินยอมเข้าร่วมกิจกรรม โดยตลอดจนผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลแบบจำลอง ToC ได้ครบถ้วน และไม่มีค่าตอบแทนในการเข้าร่วมกิจกรรม

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องประชาสัมพันธ์โครงการวิจัยผ่านผู้ให้ข้อมูลหลักในรหัส UL01 – UL05 เพื่อหาผู้ที่เต็มใจเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่โดยมีผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา จากคณะหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษา ตอบรับเข้าร่วมกิจกรรมในโครงการวิจัย โดยอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าชั้นเรียน และดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยที่กำหนดไว้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้รับฟังแนวทางการดำเนินกิจกรรม ผลลัพธ์ปลายทาง และข้อกำหนดที่สำคัญตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ พร้อมแสดงเจตนาในการให้ความยินยอมเพื่อเข้าร่วมการวิจัยในครั้งนี้

วัตถุประสงค์ของการทำแบบจำลอง ToC ในครั้งนี้ คือ เพื่อร่วมกันกำหนดเป้าหมาย และกระบวนการในการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ของสถาบันอุดมศึกษา โดยมีผู้แทนจากผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และระดับต้น คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา ร่วมเสนอความคิดเห็น โดยแบบจำลอง ToC ซึ่งเป็นผลจากการศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะเสนอต่อสถาบันอุดมศึกษา เพื่อนำไปกำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือนโยบาย ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ทั้งนี้แบบจำลอง ToC อาจอยู่ในรูปแบบที่เป็นนามธรรม ซึ่งจำเป็นต้องนำไปบรรยายละเอียดของกระบวนการปฏิบัติงาน ตัวชี้วัด วิธีการวัด ค่าเป้าหมาย ตลอดจนการติดตามและประเมินผล

การดำเนินงาน เพื่อสร้างความเป็นรูปธรรมจากการลงมือปฏิบัติตามแนวทางของแบบจำลอง ToC นี้ โดยสถาบันอุดมศึกษาสามารถพิจารณากำหนดตามความเหมาะสมของบริบทและปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ในภายหลัง ซึ่งมีได้รวมไว้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากข้อจำกัดด้านระยะเวลา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงที่ 1 เป็นการนำเสนอเพื่อให้ความรู้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งความรู้ด้าน ToC และรายงานผลการวิจัยระยะที่ 1 ร่วมร่วมทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นในส่วนของการกำหนดผลกระทบ (Impact) และเป้าประสงค์ (Outcome) ของการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ และช่วงที่ 2 เป็นการทำกิจกรรมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นในส่วนของผลลัพธ์ (Output) ปัจจัยนำเข้า (Input) เงื่อนไขและความเสี่ยง

6. การนำเสนอผลลัพธ์

เมื่อผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็นเพื่อร่วมทำแบบจำลอง ToC เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเตรียมร่างแบบจำลองทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ในประเด็นผลกระทบ (Impact) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนมีความเห็นไปในทิศทางที่สอดคล้องกัน คือ การสูบบุหรี่จะทำให้เกิดผลกระทบกับสุขภาพระยะยาวกับนักศึกษา ดังนั้นผลกระทบของการทำกิจกรรมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ย่อมเป็นการสร้างสุขภาพที่แข็งแรงให้กับนักศึกษา และยังส่งผลต่อสภาพแวดล้อมของสถาบัน ทำให้นักศึกษาที่เข้ามาในรั้วสถาบันได้สัมผัสกับอากาศที่ไม่เป็นพิษจากควันบุหรี่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสังเคราะห์ผลกระทบ (Impact) คือ มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษามีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง

การจะทำให้เกิดผลกระทบ (Impact) อย่างเป็นทางการได้นั้น จะต้องประกอบไปด้วยเป้าประสงค์ (Outcome) จำนวน 4 ข้อ คือ 1) กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีความต่อเนื่อง และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพสังคม จึงจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน 2) กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีการวางแผน ดำเนินงานร่วมกันในทุกส่วนของมหาวิทยาลัย ทั้งส่วนวิชาการ ส่วนกิจการนักศึกษา และส่วนสนับสนุน 3) นักศึกษาที่สูบบุหรี่สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้โดยการจัดพื้นที่สูบบุหรี่ที่ชัดเจน และทุกคนปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติระหว่างคนสูบบุหรี่กับคนไม่สูบบุหรี่ และ 4) มหาวิทยาลัยสามารถจัดโครงการหรือกิจกรรมเพื่อโน้มน้าวใจคนสูบบุหรี่หรือคนอยากลองสูบบุหรี่ให้ ลด ละ เลิก ได้ด้วยตนเอง โดยไม่มีการออกกฎบังคับห้ามสูบบุหรี่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นคำภาษาอังกฤษ 4 คำ เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายและสอดคล้องกับเป้าประสงค์

(Outcome) ที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กำหนดไว้ คือ Sustainable Together Opening และ Persuasion โดยมีตัวอักษรย่อรวมเป็นคำว่า STOP อันสะท้อนถึงการหยุดริเริ่ม หยุดลงสูบบุหรี่

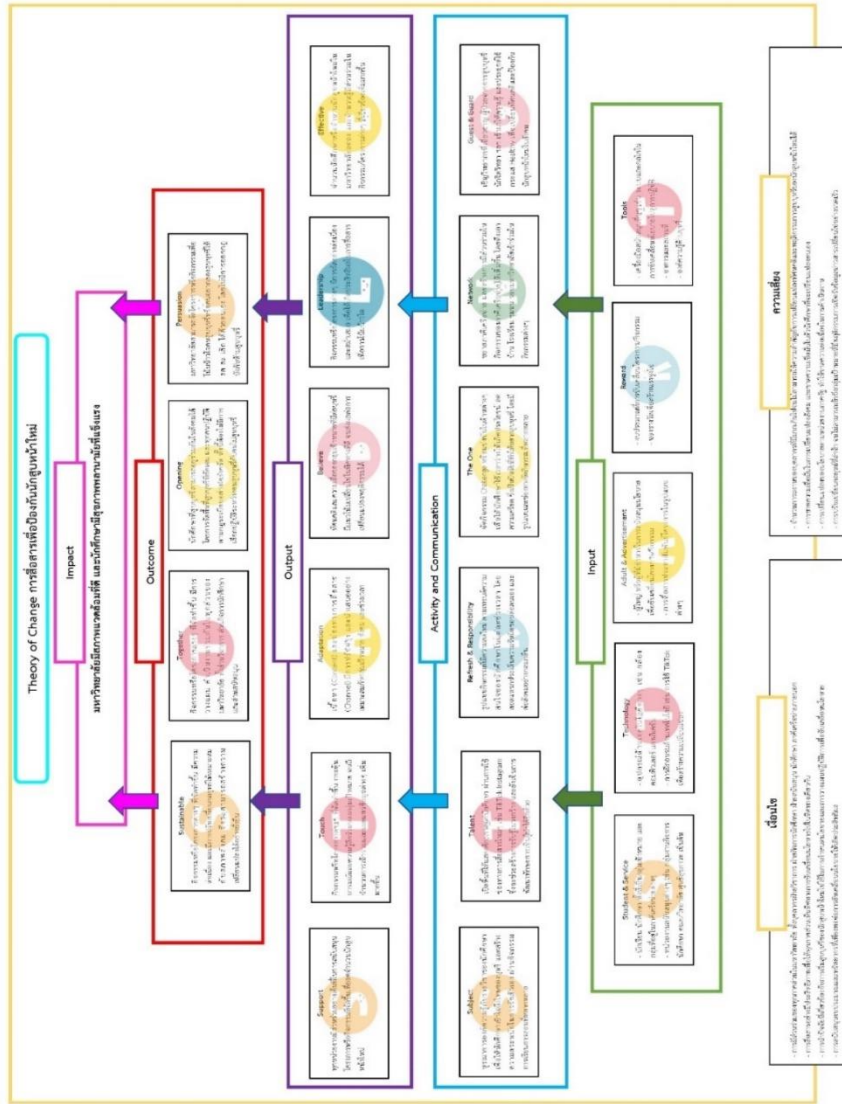
ถัดมาที่การวิเคราะห์ผลลัพธ์ (Output) จึงจะก่อให้เกิดเป้าประสงค์ (Outcome) ตามที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้กำหนดไว้ จะต้องประกอบไปด้วย 6 ข้อ คือ 1) ทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการสนับสนุนโครงการหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อลดจำนวนนักสูบหน้าใหม่ 2) กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น กระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกร่วมของกลุ่มเป้าหมาย จนมีจำนวนการเข้าร่วมและเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น 3) เนื้อหา (Content) และช่องทางการสื่อสาร (Channel) มีการปรับปรุง และนำเสนออย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สังคม และช่วงเวลา 4) ทักษะและความเชื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบุหรี่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดี จนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ 5) กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ มีการจัดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ 6) จำนวนนักศึกษาหรือจำนวนนักสูบหน้าใหม่ในมหาวิทยาลัยลดลง และจำนวนผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นคำภาษาอังกฤษ 6 คำ คือ Support Touch Adaption Believe Leadership และ Effective โดยมีตัวอักษรย่อรวมเป็นคำว่า STABLE ซึ่งแสดงถึงความต่อเนื่อง ความเสถียรของผลลัพธ์ในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ จึงจะก่อให้เกิดความสำเร็จในระดับเป้าประสงค์ (Outcome) ได้

ในส่วนของกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ทั้งผู้บริหาร คณาจารย์ และนักศึกษาได้เสนอความคิดเห็นอย่างหลากหลายแต่สามารถรวบรวมเป็นประเด็นได้ 6 ประเด็น คือ 1) บุคลากรองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี่ และสร้างความตระหนักในการรักตัวเอง ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย 2) เปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพแก่นักศึกษา ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น TikTok Instagram ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และยังเป็นการพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำได้อีกด้วย 3) รูปแบบกิจกรรมที่มีความสดใหม่ ตามเทรนด์ความสนใจของนักศึกษาในแต่ละช่วงเวลา โดยสอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อตนเอง และต่อสังคมอย่างกลมกลืน 4) จัดกิจกรรม Challenge หรือแข่งขันในด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ลดความเครียด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้อยากสูบบุหรี่ โดยมีรูปแบบและช่องทางจัดกิจกรรมที่หลากหลาย ขยายภาคีเครือข่าย และสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของภาคีเครือข่ายให้เพิ่มขึ้น โดยดึงเอาบ้าน โรงเรียน ชุมชน รอบมหาวิทยาลัย เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ และ 6) เชิญวิทยากรที่เชี่ยวชาญ ผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่ นักจิตวิทยา ฯลฯ เข้ามาให้ความรู้ และประยุกต์ใช้กระแส Healthy เพื่อเปลี่ยนทัศนคติและป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในสังคม โดยสามารถสังเคราะห์เป็นคำภาษาอังกฤษ 6 คำ คือ Subject Talent Refresh & Responsibility The One Network และ Guest & Guard โดยมีตัวอักษรย่อรวมเป็นคำว่า

STRONG ซึ่งแสดงถึงความเข้มแข็งในการร่วมมือร่วมใจจัดกิจกรรมและสร้างการสื่อสารภายในองค์กรที่แข็งแกร่ง

องค์ประกอบสุดท้าย คือ ปัจจัยนำเข้า หรือ Input การที่ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงหรือ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ จะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยปัจจัยนำเข้า (Input) 5 ประการ คือ 1) นักเรียน นักศึกษา ทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มที่อยู่ในภาคีเครือข่ายต่าง ๆ หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ เช่น กลุ่มงานกิจการนักศึกษา คณะ/วิทยาลัย ศูนย์สุขภาพ เป็นต้น 2) อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน และการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ TikTok เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง 3) ผู้ใหญ่ หรือผู้มีอำนาจในการสนับสนุนนโยบายเพื่อขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรม รวมทั้งการสื่อสารประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบต่าง ๆ 4) งบประมาณที่การขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรมและ ของรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ 5) เครื่องมือสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ระบบและกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ อาคารและสถานที่ องค์ความรู้ด้านบุหรี เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงสังเคราะห์เป็นคำภาษาอังกฤษ 5 คำ คือ Student & Service Technology Adult & Advertisement Reward Tools โดยมีตัวอักษรย่อรวมเป็นคำว่า START ซึ่งหมายถึงจุดเริ่มต้นของการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ให้ประสบความสำเร็จ

ภาพรวมของแบบจำลองทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงหรือ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ จึงประกอบไปด้วยผลกระทบ คือ มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษามีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง โดยมีองค์ประกอบซึ่งจะทำให้เกิดความสำเร็จได้ คือ STOP STABLE STRONG และ START โดยในทุกองค์ประกอบของ ToC มีความเชื่อมโยงในทุกองค์ประกอบ และมีความสอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษาได้ร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างครบถ้วน โดยมีร่างแบบจำลองทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (ToC) ดังนี้



ภาพ 23 แสดงร่างแนวคิดการสื่อสารแบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันภัยคุกคามน้ำท่วม

7. การดำเนินการออกแบบร่างนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC เพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่

ตามหลักการแล้ว การดำเนินการ (Action) กับผลลัพธ์ของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเป็นขั้นตอนที่สำคัญ การดำเนินการ (Action) หมายถึง การทำข้อสรุปผลการศึกษาและสื่อสารไปยังชุมชน โน้มน้าวใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลง แก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งวิธีการดำเนินการก็จะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบริบท

ดังนั้น การวิจัยในครั้งนี้เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์และออกแบบร่างแบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่เสร็จสิ้นแล้ว จึงประสานงานกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบสื่อนำเสนอเพื่อใช้ในการสื่อสารเชิงนโยบายของสถาบันอุดมศึกษา โดยผู้วิจัยคัดเลือกจากการเป็นบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาดังกล่าว เนื่องจากมีความเข้าใจในสภาพบริบทและกระบวนการสื่อสารภายในองค์กรเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังต้องมีความเต็มใจ กระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงผ่านนวัตกรรมทางสังคมที่ได้พัฒนาขึ้น

กระบวนการในการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมดังกล่าว ผู้วิจัยได้ดำเนินการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและอาจารย์ผู้มีประสบการณ์ในการเป็นหัวหน้าโครงการวิจัยด้านนวัตกรรมทางสังคม ในการปรับแก้ไขและปรับความเหมาะสม ทั้งการใช้สี สัญลักษณ์ ภาษาในการสื่อสาร เพื่อให้บุคลากรในสถาบันอุดมศึกษาทุกระดับมีความเข้าใจในนวัตกรรมทางสังคมดังกล่าวไปในทิศทางเดียวกัน และเมื่อได้ผลงานนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่แล้ว ผู้วิจัยจึงนำเข้าสู่การประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในส่วนถัดไป

การประเมินผลนวัตกรรมทางสังคม

1. การประเมินแบบจำลอง ToC เพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่

การประเมินนวัตกรรมทางสังคม ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือในการประเมิน คือ แบบประเมินนวัตกรรมทางสังคม โดยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประเมินใน 2 หัวข้อหลัก คือ ความเหมาะสม และความเป็นไปได้

จากนั้นผู้วิจัยจึงได้นำร่างแบบประเมินนวัตกรรมทางสังคม ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมเป็นผู้ตรวจประเมินความเหมาะสมของแบบประเมิน ข้อคำถาม และความสอดคล้องกันของคำถาม โดยผู้วิจัยได้ปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะอย่างครบถ้วนแล้วจึงนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลเพื่อประเมินนวัตกรรมทางสังคมต่อไป

ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประเมินนวัตกรรมทางสังคมนั้น ต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถเฉพาะด้านที่ผู้วิจัยกำหนด หรือมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ในด้านกิจการนักศึกษา โดยผู้วิจัยได้กำหนดให้มีผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการประเมินนวัตกรรมทาง

สังคม จำนวน 5 คน ตามแนวทางการวิจัยซึ่งมีการกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพรูปแบบ (นพพรพรรณ ญาณโกมุท และไชยรัตน์ ปรานี, 2558; นพวรรณ ศรีเกตุ, 2557; ปาณิสรา หาดขุนทด และคณะ, 2563)

ผลการประเมินนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ สามารถแยกเป็นประเด็นได้ ดังนี้

ตาราง 12 แสดงผลการประเมินนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Impact	มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษาที่มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง	4.6	มากที่สุด	4.6	มากที่สุด
	Sustainable กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีความต่อเนื่อง และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพสังคม จึงจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน	4.6	มากที่สุด	4.4	มาก
Outcome	Together กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีการวางแผนดำเนินงานร่วมกันในทุกส่วนของมหาวิทยาลัย ทั้งส่วนวิชาการ ส่วนกิจการนักศึกษา และส่วนสนับสนุน	4.4	มาก	4.6	มากที่สุด

ตาราง 12 (ต่อ)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	Opening นักศึกษาที่สูบบุหรี่สามารถอยู่ ร่วมกันในสังคมได้โดยการจัดพื้นที่ สูบบุหรี่ที่ชัดเจน และทุกคนปฏิบัติ ตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติ ระหว่างคนสูบบุหรี่กับคนไม่สูบ บุหรื	4.4	มาก	4.2	มาก
	Persuasion มหาวิทยาลัยสามารถจัดโครงการ หรือกิจกรรมเพื่อโน้มน้าวใจคนสูบ บุหรืหรือคนอยากลองสูบบุหรืให้ ลด ละ เลิก ได้ด้วยตนเอง โดยไม่มี การออกกฎบังคับห้ามสูบบุหรื	4.6	มากที่สุด	4.2	มาก
	Support ทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ ในการสนับสนุนโครงการหรือ กิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อลดจำนวน นักสูบบุหรืหน้าใหม่	4.4	มาก	4.2	มาก
Output	Touch กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่ จัดทำขึ้น กระตุ้นอารมณ์และ ความรู้สึกร่วมของกลุ่มเป้าหมาย จนมีจำนวนการเข้าร่วมและ เผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น	4.2	มาก	4.2	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	Adaptation				
	เนื้อหา (Content) และช่องทางการสื่อสาร (Channel) มีการปรับปรุง และนำเสนออย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สังคม และช่วงเวลา	4.6	มากที่สุด	4.6	มากที่สุด
	Believe				
	ทัศนคติ และความเชื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบุหรี่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดี จนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้	4.0	มาก	4.0	มาก
	Leadership				
	กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ มีการจัดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ	4.4	มาก	4.4	มาก
	Effective				
	จำนวนนักศึกษาหรือจำนวนนักสูบบุหรี่ใหม่ในมหาวิทยาลัยลดลง และจำนวนผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น	4.2	มาก	4	มาก
	Subject				
Activity and Communication	บูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี่ และสร้างความตระหนักในการรักตัวเอง ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย	4.2	มาก	4.4	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	Talent				
	เปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพแก่นักศึกษา ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น TikTok Instagram ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และยังเป็นการพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำได้อีกด้วย	4.8	มากที่สุด	4.8	มากที่สุด
	Refresh & Responsibility				
	รูปแบบกิจกรรมที่มีความสดใหม่ตามเทรนด์ความสนใจของนักศึกษาในแต่ละช่วงเวลา โดยสอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อตนเอง และต่อสังคมอย่างกลมกลืน	4.6	มากที่สุด	4.8	มากที่สุด
	The One				
	จัดกิจกรรม Challenge หรือแข่งขันในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ นักศึกษาใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ลดความเครียด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้อยากสูบบุหรี่ โดยมีรูปแบบและช่องทางจัดกิจกรรมที่หลากหลาย	4.4	มาก	4.2	มาก
	Network				
	ขยายภาคีเครือข่าย และสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของภาคีเครือข่ายให้เพิ่มขึ้น โดยดึงเอาบ้าน โรงเรียน ชุมชน รอบมหาวิทยาลัย เข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ	4.4	มาก	4	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
Input	Guest & Guard เชิญวิทยากรที่เชี่ยวชาญ ผู้ป่วย จากการสูบบุหรี่ นักจิตวิทยา ฯลฯ เข้ามาให้ความรู้ และประยุกต์ใช้ กระแส Healthy เพื่อเปลี่ยน ทัศนคติและป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ในสังคม	4.6	มากที่สุด	4.2	มาก
	Student & Service - นักเรียน นักศึกษา ทั้งที่เป็น กลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มที่อยู่ในภาคี เครือข่ายต่างๆ - หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ เช่น กลุ่ม งานกิจการนักศึกษา คณะ/วิทยาลัย ศูนย์สุขภาพ เป็นต้น	4.4	มาก	4.6	มากที่สุด
	Technology - อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน - การฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ TikTok เพื่อสร้างความ เปลี่ยนแปลง	4.6	มากที่สุด	4.6	มากที่สุด
	Adult & Advertisement - ผู้ใหญ่ หรือผู้ที่มีอำนาจในการ สนับสนุนนโยบายเพื่อขับเคลื่อน โครงการ/กิจกรรม - การสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการในรูปแบบต่างๆ	4.8	มากที่สุด	4.8	มากที่สุด
	Reward - งบประมาณที่การขับเคลื่อน โครงการ/กิจกรรม - ของรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ	4.8	มากที่สุด	4.4	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
	Tools - เครื่องมือสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ระบบและกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ - อาคารและสถานที่ - องค์กรความรู้ด้านบุรีศรี	4.6	มากที่สุด	4.6	มากที่สุด
เงื่อนไข	- การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในมหาวิทยาลัย ทั้งบุคลากรฝ่ายวิชาการ ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฝ่ายสนับสนุน นักศึกษา ภาควิชาเครือข่ายภายนอก - การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ทุกภาคส่วนเห็นทิศทาง การขับเคลื่อนนโยบายไปในทิศทางเดียวกัน - การนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ไปใช้ในการกำหนดนโยบายและการวางแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย - การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรที่เพียงพอต่อการขับเคลื่อน นโยบายให้เกิดประสิทธิผล	4.4	มาก	4	มาก

ตาราง 12 (ต่อ)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม		ความเป็นไปได้	
		ค่าเฉลี่ย	ความหมาย	ค่าเฉลี่ย	ความหมาย
ความเสี่ยง	- จำนวนภาระงานของบุคลากรที่มี มากเกินไปจนไม่สามารถให้ ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลง ทัศนคติและพฤติกรรม การสูบบุหรี่ ของนักสูบน้ำใหม่ได้				
	- การขาดความเชื่อมั่นในการ เปลี่ยนแปลงสังคม และขาดความ เชื่อมั่นในตัวนักศึกษาที่จะ เปลี่ยนแปลงตนเอง				
	- การเปลี่ยนแปลงของนโยบาย ตามหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ขาด ความต่อเนื่องในการดำเนินงาน - การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่ล่าช้า จนไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ที่มีพฤติกรรม การเปิดรับข้อมูล ข่าวสารเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว	4.6	มากที่สุด	4.2	มาก

จากผลการประเมินนวัตกรรมทางสังคมข้างต้น จะพบว่าความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ในทุกองค์ประกอบของ ToC อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยจำแนกเป็นหมวด Impact มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษามีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

ในหมวด Outcome หัวข้อ Sustainable กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีความต่อเนื่อง และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพสังคม จึงจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืนมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก หัวข้อ Together กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีการวางแผน ดำเนินงานร่วมกันในทุกส่วนของมหาวิทยาลัย ทั้งส่วนวิชาการ ส่วนกิจการนักศึกษา และส่วนสนับสนุน มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ Opening นักศึกษาที่สูบบุหรี่สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้โดยการจัดพื้นที่สูบบุหรี่ที่ชัดเจน และทุกคนปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติระหว่างคนสูบบุหรี่กับคนไม่สูบบุหรี่ มีความเหมาะสมในระดับมาก และมีความ

เป็นไปได้ในระดับมาก และหัวข้อ Persuasion มหาวิทยาลัยสามารถจัดโครงการหรือกิจกรรมเพื่อโน้มน้าวใจคนสูบบุหรี่หรือคนอยากลองสูบบุหรี่ให้ ลด ละ เลิก ได้ด้วยตนเอง โดยไม่มีการออกกฎบังคับห้ามสูบบุหรี่ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

ในหมวด Output หัวข้อ Support ทุกหน่วยงานมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการสนับสนุนโครงการหรือกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อลดจำนวนนักสูบหน้าใหม่ มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก หัวข้อ Touch กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น กระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกร่วมของกลุ่มเป้าหมาย จนมีจำนวนการเข้าร่วมและเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก หัวข้อ Adaptation เนื้อหา (Content) และช่องทางการสื่อสาร (Channel) มีการปรับปรุง และนำเสนออย่างเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย สังคม และช่วงเวลา มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ Believe ทศนคติและความเชื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบุหรี่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดี จนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้ มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก หัวข้อ Leadership กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ มีการจัดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก Effective จำนวนนักศึกษาหรือจำนวนนักสูบหน้าใหม่ในมหาวิทยาลัยลดลง และจำนวนผู้มีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มมากขึ้น มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

ในหมวด Activity and Communication หัวข้อ Subject บูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี่ และสร้างความตระหนักในการรักตัวเองผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก หัวข้อ Talent เปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพแก่นักศึกษา ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น TikTok Instagram ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และยังเป็นการพัฒนาทักษะการเป็นผู้นำได้อีกด้วย มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ Refresh & Responsibility รูปแบบกิจกรรมที่มีความสดใหม่ ตามเทรนด์ความสนใจของนักศึกษาในแต่ละช่วงเวลา โดยสอดแทรกประเด็นความรับผิดชอบต่อตนเอง และต่อสังคมอย่างกลมกลืน มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ The One จัดกิจกรรม Challenge หรือแข่งขันในด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักศึกษาใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ลดความเครียด ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้อยากสูบบุหรี่ โดยมีรูปแบบและช่องทางจัดกิจกรรมที่หลากหลาย มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก หัวข้อ Network ขยายภาคีเครือข่าย และสร้างการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของภาคีเครือข่ายให้เพิ่มขึ้น โดยดึงเอาบ้าน โรงเรียน ชุมชน รอบมหาวิทยาลัยเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มีความเหมาะสมในระดับมากและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก และหัวข้อ

Guest & Guard เชิญวิทยากรที่เชี่ยวชาญ ผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่ นักจิตวิทยา ฯลฯ เข้ามาให้ความรู้ และประยุกต์ใช้กระแส Healthy เพื่อเปลี่ยนทัศนคติและป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสังคม มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

ในหมวด Input หัวข้อ Student & Service นักเรียน นักศึกษา ทั้งที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย และกลุ่มที่อยู่ในภาคีเครือข่ายต่าง ๆ หน่วยงานสนับสนุนต่าง ๆ เช่น กลุ่มงานกิจการนักศึกษา คณะ/วิทยาลัย ศูนย์สุขภาพ เป็นต้น มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ Technology อุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น กล้อง คอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน และการฝึกอบรมด้านเทคโนโลยี เช่น การใช้ TikTok เพื่อสร้างความเปลี่ยนแปลง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ Adult & Advertisement ผู้ใหญ่ หรือผู้ที่มีอำนาจในการสนับสนุนนโยบายเพื่อขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรม และการสื่อสารประชาสัมพันธ์ โครงการในรูปแบบต่าง ๆ ความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด หัวข้อ Reward งบประมาณที่การขับเคลื่อนโครงการ/กิจกรรม และของรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก และหัวข้อ Tools เครื่องมือสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ระบบและกลไกในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ อาคารและสถานที่องค์ความรู้ด้านบุหรี่ มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

ในหมวด เงื่อนไขทั้งในประเด็นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในมหาวิทยาลัย ทั้งบุคลากรฝ่ายวิชาการ ฝ่ายกิจการนักศึกษา ฝ่ายสนับสนุน นักศึกษา ภาคีเครือข่ายภายนอก การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้ทุกภาคส่วนเห็นทิศทางการขับเคลื่อนนโยบายไปในทิศทางเดียวกัน การนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย และการวางแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรที่เพียงพอต่อการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดประสิทธิผล มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

ในหมวดความเสี่ยง ทั้งในประเด็นจำนวนภาระงานของบุคลากรที่มีมากเกินไปจนไม่สามารถให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ได้ การขาดความเชื่อมั่นในการเปลี่ยนแปลงสังคม และขาดความเชื่อมั่นในตัวนักศึกษาที่จะเปลี่ยนแปลงตนเอง การเปลี่ยนแปลงของนโยบายตามหน่วยงานภาครัฐ ทำให้ขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ที่ล่าช้า จนไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุดและมีความเป็นไปได้ในระดับมาก

อย่างไรก็ตามองค์ประกอบของแบบจำลอง ToC นี้จะอยู่ในรูปแบบที่เป็น “นามธรรม” ซึ่งจำเป็นต้องนำไปบรรยายละเอียดของกระบวนการปฏิบัติงาน ตัวชี้วัด วิธีการวัด ค่าเป้าหมาย ตลอดจนการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อสร้างความเป็น “รูปธรรม” จากการลงมือ

ปฏิบัติตามแนวทางของแบบจำลอง ToC นี้ โดยสถาบันอุดมศึกษาสามารถพิจารณากำหนดตามความเหมาะสมของบริษัทและปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ในภายหลัง

หากจะเปรียบเทียบกับ การปฏิบัติงานในรูปแบบปกติของสถาบันอุดมศึกษา ToC นี้ก็เปรียบเสมือนการวาง “ยุทธศาสตร์” ของสถาบันอุดมศึกษาเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูญหน้าใหม่ ซึ่งกระบวนการในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ของสถาบันอุดมศึกษา ย่อมต้องประกอบไปด้วยระบบและกลไก ตลอดจนแผนปฏิบัติงานซึ่งแตกแขนงออกไปตามแต่ละหน่วยงาน และอาจลงลึกในรายละเอียดของการปฏิบัติงานได้ถึงระดับตัวบุคคล การกำหนดผลกระทบ (Impact) ของ ToC นี้ ก็อาจเปรียบเสมือนการกำหนดวิสัยทัศน์ของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งโดยปกติแล้วการกำหนดยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ ภารกิจ ฯลฯ จะกำหนดโดยผู้บริหารระดับสูงของสถาบันอุดมศึกษา แต่ ToC นี้มีกระบวนการในการกำหนดที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เป็นการกำหนดโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้บริหาร คณาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษา อีกทั้งยังได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ถึงความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของการนำยุทธศาสตร์นี้ไปปฏิบัติในสถาบันอุดมศึกษา จนได้ออกมาซึ่งแบบจำลอง ToC ฉบับสมบูรณ์

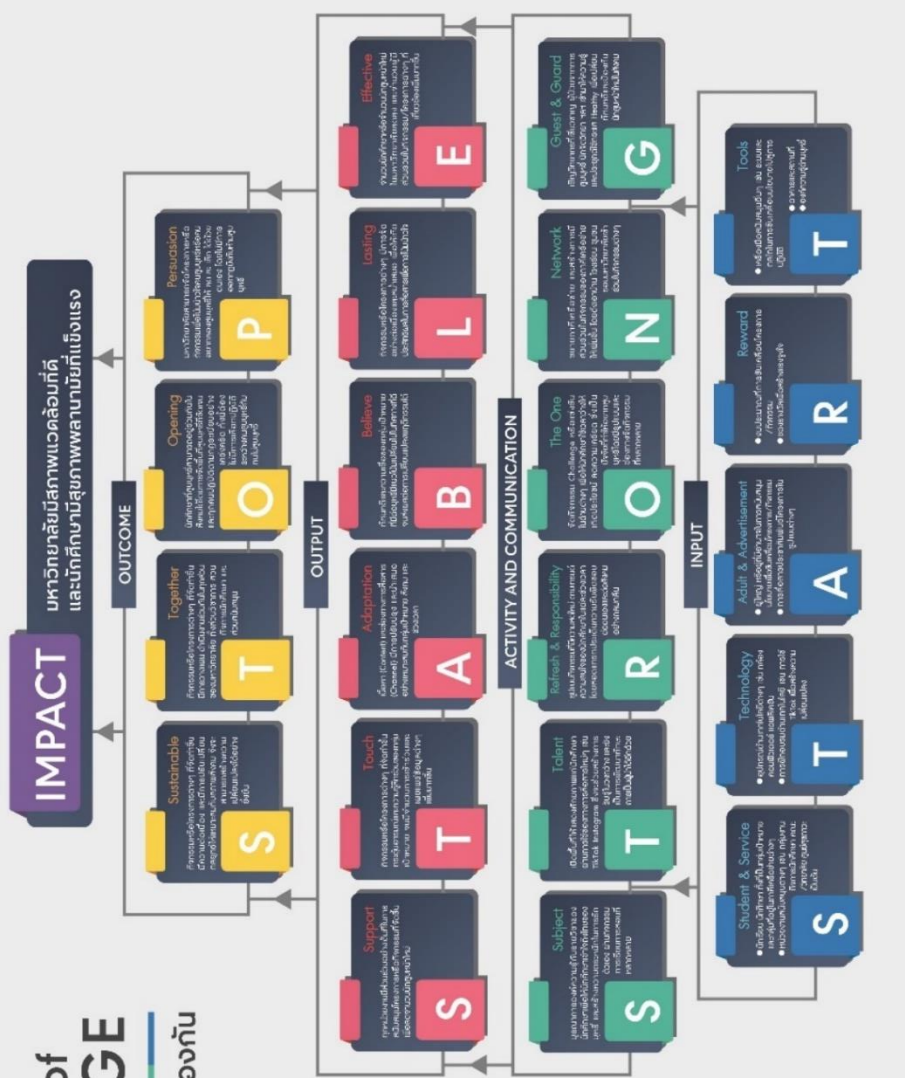
ดังนั้น แต่ละองค์ประกอบของ ToC จึงจำเป็นต้องอาศัยระบบและกลไก ตลอดจนแผนปฏิบัติงานเพื่อกำหนดรายละเอียดและขับเคลื่อนการดำเนินงานตาม ToC นี้ให้สำเร็จลุล่วง อาทิ การสร้างการโน้มน้าวใจ โดยการเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้เข้ามามีส่วนร่วม การสร้างกิจกรรมที่ทันสมัยตอบโจทย์กับความสนใจของนักศึกษา หรือการให้ของรางวัลเพื่อสร้างแรงจูงใจ ซึ่งเป็น “หลักการ” ที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคมเห็นชอบร่วมกัน และนับเป็นองค์ประกอบสำคัญของ ToC นี้ หากแต่การลงรายละเอียดในเชิงลึก เช่น ต้องเป็นกิจกรรมอะไรถึงทันสมัย การให้รางวัลต้องให้รางวัลอะไร ต้องมีจำนวนรางวัลเท่าใด รางวัลต้องมีมูลค่าเท่าใด การบูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาต้องเป็นวิชาใด ชั้นปีใด ควรบรรยายในจำนวนชั่วโมงการเรียนรู้เท่าใด รายละเอียดเหล่านี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยนำเข้าของสถาบันอุดมศึกษา ระบบและกลไกในการขับเคลื่อนการดำเนินการ และการพิจารณาความเหมาะสมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม ซึ่งอยู่นอกเหนือขอบเขตและระยะเวลาของการศึกษาวิจัยนี้

อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในประเด็น Leadership ว่าควรเลือกคำที่สอดคล้องกับเนื้อหาให้มากขึ้น ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการปรึกษาหารือกับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถึงแนวทางในการแก้ไข โดยได้รับข้อเสนอแนะให้เปลี่ยนจาก Leadership เป็น Lasting ซึ่งจะสอดคล้องกับเนื้อหา คือ กิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ มีการจัดอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ไขและจัดทำเป็นแบบจำลอง ToC ฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อไป

THEORY of CHANGE

การสื่อสารเพื่อป้องกันภัยคุกคาม

- เจอนีย์**
- การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน
 - การเข้าถึง ผู้ดูแลและผู้จัดการ
 - นักศึกษา, ภาควิชา, ภาควิชา, ภาควิชา
 - การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ
 - การเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - การเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - การเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - การเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
- ความเสี่ยง**
- ขาดการระดมทุน
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง
 - ขาดการเข้าถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง



ภาพ 24 แสดงนวัตกรรมทางสังคม แบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันภัยคุกคาม

2. การนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ (Implementation)

หลักการสำคัญประการหนึ่งของการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม คือ การนำผลการวิจัยกลับคืนสู่ชุมชนหรือสังคม เพื่อให้เกิดการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด ดังนั้นผู้วิจัยจึงนำแบบจำลอง ToC การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ส่งมอบให้กับสถาบันอุดมศึกษา โดยสถาบันอุดมศึกษาได้ดำเนินการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้โดยการบูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษา (Subject) เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี่และสร้างความตระหนักในการรักตัวเองผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย ตลอดจนเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้แสดงศักยภาพในการสร้างสรรค์การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่ (Talent) โดยใช้รายวิชา “การสื่อสารเชิงบูรณาการ” เป็นรายวิชาต้นแบบในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ เนื่องจากอาจารย์ผู้รับผิดชอบในรายวิชามีความเต็มใจในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และอนุญาตให้ผู้วิจัยเข้าชั้นเรียนได้จนเสร็จสิ้นกระบวนการวิจัย และนักศึกษาในชั้นเรียนทุกคนมีความเต็มใจในการเข้าร่วมการวิจัย

รายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการ มีนักศึกษาลงทะเบียนเรียนทั้งสิ้น 13 คน ซึ่งกำลังศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 3 โดยนักศึกษาทุกคนเป็นนักศึกษาในหลักสูตรวิทยาศาสตร์บัณฑิต สามารถจำแนกเป็นเพศชาย จำนวน 4 คน ซึ่งทุกคนมีสถานะการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน และเพศหญิง 9 คน มีสถานะการสูบบุหรี่ในปัจจุบัน จำนวน 2 คน และไม่สูบบุหรี่เลย จำนวน 7 คน ซึ่งผู้วิจัยได้ร่วมกับอาจารย์ผู้สอนดำเนินการแบ่งนักศึกษาออกเป็น 3 กลุ่ม ตามกลุ่มโครงการในภาคการศึกษาของนักศึกษาซึ่งมีการกำหนดอยู่แล้ว โดยทุกกลุ่มมีนักศึกษาที่สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่อยู่ด้วยกัน ทั้งนี้ในรายวิชาดังกล่าวจัดการเรียนการสอนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1 ชั่วโมง 40 นาที โดยกิจกรรมดังกล่าวนี้ได้ปรับเปลี่ยนการเรียนการสอนในรายวิชาดังกล่าวจากรูปแบบบรรยาย (Lecture Based Learning) เป็นรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ซึ่งนักศึกษาสามารถนำสื่อที่พัฒนาขึ้น ส่งเป็นชิ้นงานเพื่อรับคะแนนในรายวิชาดังกล่าวได้

เมื่อเข้าชั้นเรียน ผู้วิจัยทำหน้าที่เป็น “กระบวนกร” ในการนำกิจกรรม โดยนำเสนอสรุปผลการวิจัย และเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสื่อเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษาของตนเอง ภายใต้โจทย์ “การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่” โดยนักศึกษาในฐานะ “ผู้ส่งสาร (Sender)” จะเป็นผู้เลือก “ช่องทางการสื่อสาร (Channel)” ได้อย่างอิสระซึ่งจะช่วยให้นักศึกษาสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่ม “ผู้รับสาร (Receiver)” ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาในวัยใกล้เคียงกันได้โดยมีประสิทธิภาพ ตลอดจนนักศึกษาจะเป็นผู้สร้างสรรค์ “เนื้อหาสาร (Message)” ให้เหมาะสมกับโจทย์ที่กำหนดและกลุ่มผู้รับสาร อีกทั้งยังเป็นผู้ผลิต (Producer) ในการสร้างสรรค์และพัฒนาสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษา โดยมีรายละเอียดของการนำเสนอ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ชื่อกลุ่มว่า น้ำสัปดาห์เย็น มีสมาชิกจำนวนสมาชิก 5 คน โดยทั้งกลุ่มได้ระดมสมอง และกำหนดแก่นเรื่อง (Concept) คือ บุหรี่หนึ่งของซื้ออะไรได้บ้าง

1. ไปหน้าร้านสะดวกซื้อ (7-11)
2. ขึ้นข้อความในคลิปว่า “บุหรี่ 100 บาท ซื้ออะไรในเซเว่นได้บ้าง”
3. เดินหยิบของในร้านสะดวกซื้อให้ครบ 100 บาท
4. ขึ้นข้อความในคลิปว่า “ร้อยบาทจะซื้อของในตะกร้า หรือ จะซื้อบุหรี่”

ที่มาของแนวคิดดังกล่าว สืบเนื่องมาจากขณะที่นักศึกษาสังกัด เคยจัดกิจกรรมรับน้องใหม่ โดยให้เป็นเงิน 39 บาท แล้วให้ไปซื้อของในร้านสะดวกซื้อ (7-11) โดยไม่ให้เงินสด หรือเงินเกิน ดังนั้นนักศึกษาจึงเกิดแนวคิดในการนำกิจกรรมดังกล่าวมากำหนดเป็นแก่นเรื่อง (Concept) คือ บุหรี่หนึ่งของซื้ออะไรได้บ้าง เพื่อสะท้อนให้เห็นว่าเงินค่าบุหรี่ 1 ของสามารถซื้อสินค้าเพื่ออุปโภคและบริโภคได้เป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากภาพ 25

กลุ่มที่ 2 ชื่อกลุ่มว่า ยานอนหลับ มีจำนวนสมาชิก 5 คน โดยกำหนดแก่นเรื่อง (Concept) คือ ควันในห้องน้ำ และกำหนดลำดับในการนำเสนอ

1. ควันบุหรืออกจากห้องน้ำชาย
2. ขึ้นข้อความในคลิปวิดีโอ “คิดจะสูบกี่ต้องสูบอย่างมีมารยาท”

ที่มาของแนวคิดดังกล่าว เกิดจากการที่หนึ่งในสมาชิกของกลุ่มมีอาการแพ้ควันบุหรื แต่ทุกครั้งทีเข้าห้องน้ำ จะต้องพบกับควันบุหรืที่ลอยคลุ้งทั้งห้องน้ำจนเกิดอาการวิงเวียนศีรษะ ดังนั้นสมาชิกในกลุ่มจึงพัฒนาแก่นเรื่อง (Concept) คือ ควันในห้องน้ำ เพื่อสื่อสารออกไปให้สังคมได้รับรู้ว่าการสูบบุหรืไม่ใช่เรื่องผิด แต่ควรจะสูบบุหรือย่างมีมารยาท ซึ่งสถานที่สาธารณะอย่างห้องน้ำ เป็นสถานที่ที่ไม่ควรสูบบุหรื เนื่องจากเป็นการรบกวนนักศึกษาคนอื่น ๆ หรือนักศึกษาบางคนที่มีอาการแพ้ควันบุหรื อาจมีอาการหน้ามืด วิงเวียนศีรษะจะเกิดอันตรายได้ ดังจะเห็นได้จากภาพ 26

กลุ่มที่ 3 ชื่อกลุ่มว่า ปลาซัคเกอร์ มีจำนวนสมาชิก 3 คน และกำหนดแก่นเรื่อง (Concept) ในการนำเสนอ คือ บุหรืส่งผลที่น่ากลัว แต่ทำไมหลาย ๆ คนไม่กลัว โดยมีลำดับในการนำเสนอ ดังนี้

1. ถ่ายภาพตอนอาจารย์สอนเรื่องบุหรี
2. ขึ้นภาพนำกลัวจากการสูบบุหรี
3. ขึ้นข้อความ “อาจารย์สอนก็ฟังบ้าง มันน่ากลัวอยู่นะ”

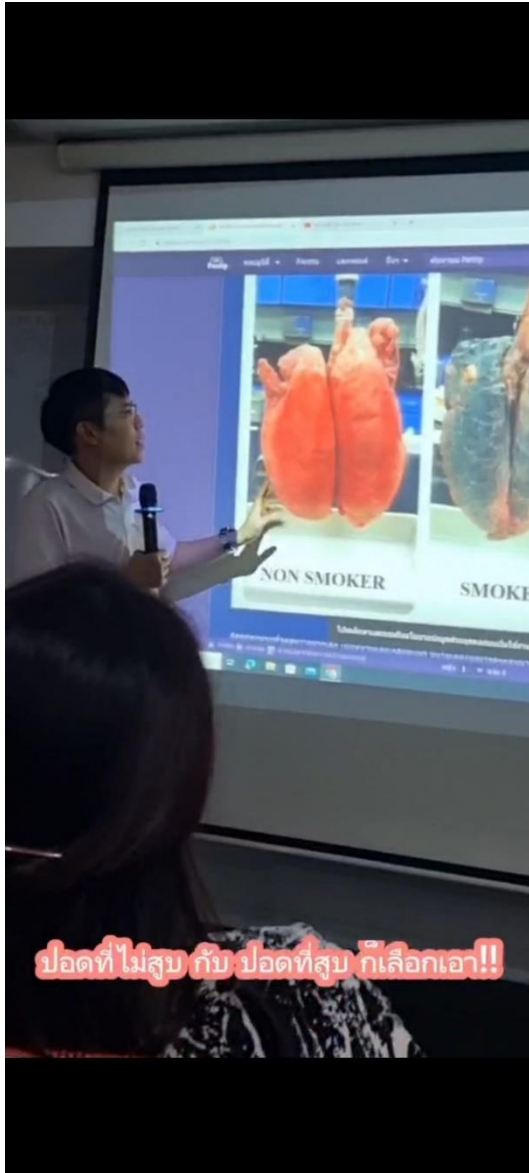
ที่มาของแนวคิดดังกล่าว เกิดจากการที่นักศึกษาในกลุ่มได้เห็นภาพนำกลัวของการสูบบุหรีที่จะเกิดขึ้นเมื่อมนุษย์สูบบุหรีไปนาน ๆ ดังนั้น จึงแอบถ่ายคลิปในช่วงจังหวะเวลาที่อาจารย์กำลังบรรยายเรื่องโทษที่จะเกิดขึ้นจากการสูบบุหรี แล้วนำไปตัดต่อเป็นคลิปวิดีโอสั้นเพื่อสื่อสารให้สังคมได้ตระหนักถึงโทษที่จะเกิดขึ้นจากการสูบบุหรี แม้จะยังไม่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ หรือเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น เช่น ภาพปอดดำจากการสูบบุหรี แต่ก็สามารถเกิดขึ้นได้ในอนาคตหากยังสูบบุหรีต่อไป ดังจะเห็นได้จากภาพ 27



ภาพ 25 แสดงสื่อ TikTok ขึ้นงานกลุ่มที่ 1 น้ำสกัดเย็น



ภาพ 26 แสดงสื่อ TikTok ชิ้นงานกลุ่มที่ 2 ยานอนหลับ



ปอดที่ไม่สูบ กับ ปอดที่สูบ ก็เลือกเอา!!



ปอดที่ไม่สูบ กับ ปอดที่สูบ ก็เลือกเอา!!

ภาพ 27 แสดงสื่อ TikTok ชิ้นงานกลุ่มที่ 3 กลุ่มปลาซัคเกอร์

จากองค์ประกอบของ ToC ในหมวด Activity and Communication ซึ่งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นควรให้มีการบูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี และสร้างความตระหนักในการรักตัวเอง ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย (Subject) ตลอดจนต้องมีการเปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพแก่นักศึกษา ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น TikTok ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้าง (Talent) ซึ่งองค์ประกอบทั้งสององค์ประกอบนี้ เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดผลกระทบสูงสุด คือ มหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษามีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิจัยส่วนนี้ไปประยุกต์ใช้เพื่อสร้างนวัตกรรมในการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนการสอนจากเดิมที่เป็นแบบบรรยาย (Lecture Based Learning) เป็นรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็น “กระบวนกร” ในการขับเคลื่อนให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านของความคิดสร้างสรรค์ โดยนักศึกษามีอิสระในการคิดและลงมือทำสื่อภายใต้โจทย์แบบเปิดกว้างที่กำหนด คือ “การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่” จากนั้น นักศึกษาต้องคิดวางแผนการถ่ายทำสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับรายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการ อีกทั้งยังได้ฝึกกระบวนการทำงานเป็นทีม ซึ่งเป็นการพัฒนาสมรรถนะทักษะ (Hard skill) และจรณทักษะ (Soft skill) ที่นักศึกษาในระดับอุดมศึกษาควรได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม

จากการลงมือปฏิบัติเพื่อสร้างต้นแบบในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติ พบว่าการบูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี และสร้างความตระหนักในการรักตัวเอง ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย (Subject) ตลอดจนต้องมีการเปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพแก่นักศึกษา ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น TikTok ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้าง (Talent) มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานในสถาบันอุดมศึกษาและสามารถผสมผสานการเรียนรู้ทางวิชาการเข้ากับกิจกรรมในส่วนของกิจการนักศึกษา ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบที่ช่วยในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานระหว่างฝ่ายวิชาการและฝ่ายกิจการนักศึกษาให้หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันได้

อย่างไรก็ตาม “สื่อ” ข้างต้นเป็นผลผลิตจากการเรียนรู้ในรายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการ ซึ่งอาจารย์ผู้สอนในรายวิชานี้ที่จะนำสื่อดังกล่าวไปใช้ในการคิดคำนวณเป็นคะแนนพิเศษในรายวิชาเพื่อเป็นรางวัลตอบแทน (Reward) ให้นักศึกษา ทั้งนี้ สื่อที่นักศึกษาได้ระดมสมองและผลิตขึ้นอาจไม่ได้อยู่ในลักษณะที่เทียบเท่าได้กับมืออาชีพในการผลิตสื่อ (Professional) แต่เป็นผลผลิตจากการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ของนักศึกษาซึ่งถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม และเนื่องด้วยข้อจำกัดด้านระยะเวลาในการศึกษาวิจัย ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถวัดและประเมินผลจำนวนยอดผู้เข้าชม

หรือผู้กตัญญูใจในสื่อที่นักศึกษาได้พัฒนาขึ้น ถึงกระนั้นก็ไม่ได้ทำให้ “คุณค่า” ของสื่อซึ่งเป็นผลผลิตของนักศึกษาที่เข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสังคมของตนเองลดลงแต่อย่างใด

บทวิเคราะห์ประเด็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ นับเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ ดังนั้น การกระตุ้นให้ประชาชนบริโภคยาสูบหรือสูบบุหรี่ จึงเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยส่งเสริมอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคของประเทศ เนื่องจากอุตสาหกรรมยาสูบมีความเกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจในหลายมิติ อาทิ การปลูกยาสูบ จะช่วยส่งเสริมให้ประชาชนในบางพื้นที่มีอาชีพและสร้างรายได้ อย่างมั่นคง เมื่อประชาชนมีอัตราการบริโภคยาสูบที่มากขึ้น รัฐก็สามารถจัดเก็บภาษีเพื่อใช้ในการบริหารงานของประเทศได้มากขึ้นเช่นกัน อีกทั้งยังสามารถส่งออกยาสูบ และบุหรี่ไปยังต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศในอีกทางหนึ่ง

ด้วยเหตุนี้ บุหรี่จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูกควบคุมและสามารถจัดจำหน่ายได้ในหลากหลายช่องทาง ตลอดจนมีการใช้การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เป็นเครื่องมือเพื่อสร้างแรงจูงใจและดึงดูดให้ประชาชนเกิดการรับรู้ว่าบุหรี่สามารถสะท้อนตัวตน สร้างการยอมรับในสังคม และสามารถช่วยในการผ่อนคลายได้ ดังนั้นประชาชนจึงปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและเริ่มสูบบุหรี่กันเป็นจำนวนมาก ซึ่งกระตุ้นให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะสั้นได้เป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตาม เมื่อวิทยาศาสตร์การแพทย์เจริญก้าวหน้า และสามารถพิสูจน์จากหลักฐานเชิงประจักษ์ได้อย่างชัดเจนว่า การสูบบุหรี่เป็นอันตรายต่อร่างกายของมนุษย์ บุหรี่หนึ่งมวนสามารถก่อให้เกิดโรคต่าง ๆ ทั้งกับร่างกายของผู้สูบบุหรี่และบุคคลรอบข้างที่ได้รับควันบุหรี่ อาทิ โรคมะเร็ง โรคถุงลมโป่งพอง ฯลฯ ซึ่งโรคต่าง ๆ เหล่านี้ไม่ได้คร่าชีวิตของประชาชนได้ในทันที แต่เป็นโรคเรื้อรังที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการรักษา และไม่สามารถหายกลับมาเป็นปกติได้ แต่ต้องรักษาเยียวยาแบบประคับประคองไปตลอดชีวิตของผู้ป่วย ซึ่งรัฐบาลจำเป็นต้องใช้งบประมาณในการดูแลรักษาผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่เหล่านี้เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังสูญเสียแรงงานในระบบการผลิตซึ่งเป็นกำลังสำคัญของการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไปด้วยเช่นกัน

ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจึงนำเอาการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจกลับมาใช้ในการป้องกันและจูงใจให้ประชาชนเลิกสูบบุหรี่ โดยมีการจัดโครงการรณรงค์ในหลากหลายรูปแบบ ประยุกต์ใช้การสื่อสารทุกแขนงเพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชาชน อย่างไรก็ตาม ด้วยสารเสพติดในบุหรี่ทำให้ผู้ที่สูบบุหรี่ไม่สามารถเลิกการสูบบุหรี่ได้ในทันที จำเป็นต้องอาศัยระยะเวลาและผลิตภัณฑ์ทดแทน เช่น หมากฝรั่งนิโคติน ในการช่วยเพิ่มประสิทธิผลของการเลิกสูบบุหรี่ อีกทั้งไม่สามารถรับรองได้ว่าผู้ที่เลิกสูบบุหรี่จะไม่เกิดโรคที่เกิดจากการสูบบุหรี่ในอนาคต

การต่อสู้ของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ยังจำเป็นต้องดำเนินเพื่อหาทางอยู่รอด ดังนั้นการสร้างนักสูบบุหรี่ใหม่จึงเป็นหนทางในการต่อสู้ต่อรองระหว่างบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ยกับหน่วยงานภาครัฐที่พยายามทำให้ประชาชนเลิกสูบบุหรี่ให้ได้มากที่สุด และถึงแม้หน่วยงานภาครัฐจะมีความพยายามในการปรับแก้ไขกฎหมายและข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อสร้างผลกระทบในการต่อสู้ต่อรองกับบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ย แต่ก็เป็นการดำเนินการแบบคู่ขนาน ไม่สามารถหยุดกระบวนการในการผลิตหรือจำหน่ายบุหรี่ยได้อย่างเด็ดขาด เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและประชาชนในหลายมิติ เช่น การส่งออก การจ้างงาน การเก็บภาษีอากร เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ บุหรี่ยจึงเป็นประเด็นที่ถูกหยิบยกไปใช้ในการศึกษาวิจัยอย่างยาวนาน โดยผลจากการทบทวนวรรณกรรมก็สะท้อนให้เห็นว่า นักวิชาการจำนวนหนึ่งพยายามใช้วิธีคิดแบบวิทยาศาสตร์ในการควบคุมตัวแปรต่าง ๆ ของการทดลองมาใช้ในการศึกษาเรื่องบุหรี่ย นักวิชาการพยายามศึกษาและวิเคราะห์ “ตัวแปรต้น” ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดนักสูบบุหรี่ใหม่ ด้วยเชื่อมั่นว่าหากสามารถควบคุมตัวแปรต้นเหล่านี้ได้ ก็จะสามารถกำหนดผลลัพธ์หรือ “ตัวแปรตาม” ได้ อาทิ หากสามารถควบคุม “ครอบครัว” ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการเริ่มสูบบุหรี่ยของนักสูบบุหรี่ใหม่ โดยการแทรกแซง (Intervention) เช่น เพิ่มความรัก เพิ่มความอบอุ่น หรือเพิ่มกิจกรรมในครอบครัวให้มากขึ้น ก็จะสามารถควบคุมการเริ่มสูบบุหรี่ยของนักสูบบุหรี่ใหม่ได้ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยก็พบปัจจัยจำนวนมากที่มีผลต่อการเริ่มสูบบุหรี่ยของนักสูบบุหรี่ใหม่ โดยมีความแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

ถึงแม้ว่าจะมีนักวิชาการที่ศึกษาวิจัยปัจจัยของการสูบบุหรี่ยเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหการเพิ่มจำนวนของนักสูบบุหรี่ใหม่ได้อย่างเป็นรูปธรรม อันเนื่องมาจากช่องว่างการของการนำผลการวิจัยไปสู่การปฏิบัติ และระบบกลไกของการพัฒนานโยบายภาครัฐที่มี “โครงสร้าง” อย่างชัดเจน ตลอดจนรูปแบบการดำเนินการที่เป็นแบบบนลงล่าง มีลำดับขั้นการบังคับบัญชาและการสื่อสารอย่างเข้มงวด ส่งผลให้การขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติเป็นไปตามลำดับขั้นตอน

หากพิจารณาตามวิหยปรัชญา จะพบว่าระบบโครงสร้างดังกล่าวนี้อยู่ในกลุ่มปรากฏการณ์ศึกษา (Phenomenology) ที่สะท้อนถึงยุคของโครงสร้างนิยม (Structuralism) และระบบโครงสร้างยังเป็นแม่บทในการกำหนดการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาในทุกแห่งทั่วประเทศ ทั้งสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ดังจะเห็นได้จากโครงสร้างการบริหารงานของสถาบันอุดมศึกษาที่มักมีการจำแนกออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ งานด้านวิชาการ งานกิจการนักศึกษา และงานส่วนสนับสนุน ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงหน้าที่ (Function) ของหลักสูตร คณาจารย์ หรือนักศึกษาจึงเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีการกำหนดโครงสร้างการดำเนินงานที่ชัดเจน หน่วยงานแต่ละส่วนจึงมีภารกิจในการรับผิดชอบซึ่งทำให้เกิดการแยกปฏิบัติงานในองค์กรได้

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้จึงเป็นความท้าทายและความพยายามในการเปลี่ยนแปลง “ระบบ” ของสถาบันอุดมศึกษา ซึ่งโดยปกติแล้วตามโครงสร้างการบริหารงาน ผู้บริหารระดับสูงจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย และมอบหมายภาระหน้าที่แบบบนลงล่าง หน่วยงานและเจ้าหน้าที่ระดับปฏิบัติการก็รับมอบนโยบายแล้วนำไปสู่การปฏิบัติ ซึ่งระบบในการบริหารงานแบบรวมศูนย์อำนาจนี้ มีประโยชน์ในการควบคุมการบริหารงานที่เบ็ดเสร็จเด็ดขาด แต่ก็ขาดการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นด้านการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ซึ่งเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับนักศึกษา แต่นักศึกษากลับไม่มีส่วนร่วมในการเสนอแนะนโยบายหรือกำหนดเป้าหมายของสถาบันอุดมศึกษา หรืออาจกล่าวได้ว่านักศึกษาเป็นเพียง “ฟันเฟืองเล็กๆ” ในการขับเคลื่อนนโยบายของผู้มีอำนาจให้เกิดเป็นรูปธรรมเท่านั้น

นวัตกรรมทางสังคม หรือแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้นี้ เป็นผลิตผลของความพยายามในการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบของสถาบันอุดมศึกษา โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการเชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ของสถาบันอุดมศึกษาในทุกมิติ ให้เข้ามามีบทบาทในการกำหนดเป้าหมายของสถาบันอุดมศึกษาร่วมกัน ร่วมคิดและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการขับเคลื่อนสถาบันอุดมศึกษาไปสู่เป้าหมายที่กำหนด ซึ่งนักศึกษามีสิทธิและเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นอย่างสมบูรณ์เพื่อกำหนดเป้าหมายและแนวทางในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ตลอดจนเป็นผู้ผลิต (Producer) ในการพัฒนาสื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ได้อีกด้วย

หนึ่งในหัวใจที่สำคัญของการวิจัยในครั้งนี้นี้ คือ การนำนวัตกรรมทางสังคมซึ่งเป็นผลิตผลของการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วนของสถาบันอุดมศึกษา คืนกลับไปให้สถาบันอุดมศึกษานำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินนโยบายและลงมือปฏิบัติเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ของการหาข้อสรุปของข้อมูลจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมโดยการรวบรวมและวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ หรือที่เรียกว่าวิธีการอุปนัย (Inductive) กล่าวคือ การพัฒนาแนวคิดการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ขึ้นในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบซึ่งอยู่ในรูปแบบของแบบจำลอง ToC เป็นการพัฒนาแนวคิดจากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในสังคมโดยใช้สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเป็นตัวแทน จนได้มาซึ่งหลักการสำคัญของ ToC อันประกอบไปด้วย Impact Outcome Output Activity and Communication และ Input อย่างไรก็ตามด้วยข้อจำกัดทั้งในด้านเวลา สถานที่ และงบประมาณทำให้ผู้วิจัยไม่อาจนำแนวคิดการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของสถาบันอุดมศึกษาอื่น เพื่อพิสูจน์และพัฒนาจนกลายเป็นทฤษฎีจากฐานรากได้ (Grounded Theory) ดังนั้น การนำนวัตกรรมทางสังคมของงานวิจัยนี้ไปต่อยอดองค์ความรู้และใช้ประโยชน์จึงอาจนำแนวคิดการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ไปประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนนโยบายและการดำเนินงานในสถาบันอุดมศึกษาอื่น หรือศึกษาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกัน

นักสูบน้ำใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาเขตเมืองกับเขตชนบท เพื่อพิสูจน์ประสิทธิผลและพัฒนาเป็น ทฤษฎีการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต่อไปในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย

1. การเติมเต็มช่องว่างของนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปสู่การปฏิบัติเชิงนโยบาย

จากช่องว่าง (Gap) ที่ค้นพบจากการศึกษาวิจัย ซึ่งพบว่ามีช่องว่างจากการนำองค์ความรู้ ไปสู่การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap) อย่างชัดเจน ทั้งการนำเอาองค์ความรู้ด้านปัจจัยที่มีผล ต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบน้ำใหม่ไปสู่การปฏิบัติทั้งในระดับนโยบายและการขับเคลื่อน การดำเนินงานตามนโยบาย และยังมีช่องว่างด้านความจริงจังต่อเนื่องในการดำเนินโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูบน้ำใหม่ ตลอดจนขาดการสนับสนุนและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้มี ส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งทำให้นักสูบน้ำใหม่เกิดขึ้นในสังคมเป็นจำนวนมาก และกลุ่มนักสูบน้ำใหม่ยังมี ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่อีกด้วย

กระบวนการในการวิจัยนี้ ออกแบบเพื่อเติมช่องว่างของการนำองค์ความรู้ไปสู่ การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap) โดยใช้พื้นที่สถาบันอุดมศึกษาต้นแบบในการพัฒนาและ ขับเคลื่อนกระบวนการ ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้วิจัยสร้างพื้นที่การมีส่วนร่วมให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียในทุกระดับได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนเป้าหมายในอนาคตร่วมกัน และยังได้นำเสนอ ผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยได้รับรู้ถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อ การเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบน้ำใหม่ และนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อนำไปสู่เป้าหมายในอนาคตได้อย่าง เป็นรูปธรรม ซึ่งกำหนดเป็นเงื่อนไขข้อหนึ่งในแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่ หรือ ToC ว่า การนำปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบน้ำใหม่ไปใช้ในการกำหนดนโยบาย และวางแผนปฏิบัติการเพื่อขับเคลื่อนนโยบาย ดังนั้น แบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบ ฟ้าใหม่ หรือ ToC ซึ่งเป็นผลผลิตของงานวิจัยนี้จึงเกิดขึ้นจากการนำองค์ความรู้จากการวิจัยและ การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วไปสู่การปฏิบัติเชิงนโยบาย ซึ่งสถาบันอุดมศึกษา ต้นแบบเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นผู้มีส่วนร่วม และเป็นผู้นำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง

2. แบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่ หรือ ToC นวัตกรรมทางสังคมที่ ได้จากการวิจัย

จากนิยามความหมายของคำว่า “นวัตกรรม” และ “นวัตกรรมทางสังคม”ซึ่งผู้วิจัยได้ ทบทวนวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคำว่านวัตกรรม มีการให้ความหมายในแง่มุม ของศัพท์บัญญัติวิชาการศึกษาว่า หมายถึง การนำสิ่งใหม่ ๆ เข้ามาเปลี่ยนแปลงเพิ่มเติมวิธีการที่ทำ อยู่เดิม เพื่อให้ใช้ได้ผลดีขึ้น (บุญเกื้อ ควรหาเวช, 2542) ซึ่งสอดคล้องกับริชาร์ด ลุค (ลุค, 2555) ที่ได้ อธิบายความหมายของนวัตกรรมไว้ว่า นวัตกรรมคือการทำให้ปรากฏเป็นรูปธรรม การผสมผสาน

หรือ การสังเคราะห์รวบรวมความรู้เดิมให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ กระบวนการ หรือบริการใหม่ที่มีคุณค่า และมีความสำคัญ

หากจะเปรียบเทียบแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ หรือ ToC ซึ่งเป็นผลผลิตจากงานวิจัยนี้กับความหมายของคำว่านวัตกรรมข้างต้น จะพบว่า ToC เป็นรูปธรรมของแนวนโยบายการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่สถาบันอุดมศึกษา ซึ่งเป็นการผสมผสานองค์ความรู้ทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้เข้าใจประเด็นปัญหาในพื้นที่ จนนำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วมเพื่อแก้ไขปัญหาทางสังคมภายในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ซึ่งนับเป็นกระบวนการใหม่ที่มีคุณค่าและมีความสำคัญยิ่งต่อการนำไปกำหนด และพัฒนาเป็นนโยบายเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในอนาคต ดังนั้น ToC จึงสอดคล้องกับความหมายของ “นวัตกรรม” ข้างต้นอย่างชัดเจน

ในส่วนของนิยามความหมายของคำว่า “นวัตกรรมทางสังคม” นักวิชาการต่างประเทศ อาทิ อีซีโอ มานซีนี (มานซีนี, 2561) ได้ให้คำนิยามนวัตกรรมทางสังคมไว้ว่าหมายถึง แนวความคิดใหม่ (ผลิตภัณฑ์ บริการ และรูปแบบ) ที่สนองต่อความต้องการ การสร้างความสัมพันธ์หรือการร่วมมือกันทางสังคมรูปแบบใหม่ หรืออาจกล่าวได้ว่า นวัตกรรมทางสังคม คือ ที่ตั้งดีต่อสังคมและเสริมความสามารถในการลงมือทำร่วมกันของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับเอ็มมาและพาสเกิล (Rhule & Allotey, 2020) ที่ได้อธิบายนวัตกรรมทางสังคมไว้ว่า เป็นวิธีการแก้ไขปัญหาทางสังคมรูปแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพหรือมีความยั่งยืนมากกว่าวิธีการแก้ปัญหาเดิมที่เคยมีอยู่แล้ว ซึ่งนวัตกรรมทางสังคมมีได้จำกัดว่าจะต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ของโลกเท่านั้น แต่อาจเป็นกระบวนการ หรือการปรับปรุงพัฒนาวิธีการปฏิบัติเดิมก็ได้ อย่างไรก็ตามนวัตกรรมทางสังคม ต้องคำนึงถึงการพัฒนาหรือปรับให้เข้ากับความต้องการของชุมชนหรือสังคมเป็นสำคัญ

เมื่อนำแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ หรือ ToC มาเปรียบเทียบกับความหมายของนวัตกรรมทางสังคมข้างต้น จะพบว่า กระบวนการในการได้มาซึ่ง ToC ซึ่งเป็นผลผลิตของงานวิจัยนี้เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมในการหาวิธีการแก้ไขปัญหาในสังคมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในระดับนโยบาย ระดับปฏิบัติ และนักศึกษา ซึ่งแม้จะไม่ใช้สิ่งประดิษฐ์ชิ้นใหม่ของโลก แต่กระบวนการได้มาซึ่ง ToC นี้ ก็นับเป็นกระบวนการใหม่ที่ไม่เคยปรากฏในสังคมสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบมาก่อน ดังจะเห็นได้จากบทสัมภาษณ์ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการปฏิบัติงานของบุคลากรมีการแบ่งแยกฝ่ายเป็นฝ่ายวิชาการ และฝ่ายกิจการนักศึกษา แต่กระบวนการพัฒนา ToC ได้สร้างการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเพื่อกำหนดเป้าหมายในอนาคตร่วมกัน และยังได้วางแนวทางในการปฏิบัติงานเพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างเป็นลำดับขั้นตอน ดังนั้นแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ หรือ ToC จึงนับเป็น “นวัตกรรมทางสังคม”

ทั้งของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ และเป็นนวัตกรรมของงานวิจัยชิ้นนี้อย่างสมบูรณ์สอดคล้องตาม
นิยามความหมายทุกประการ

3. เครื่องมือรูปแบบใหม่

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (ToC) นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยทำให้
บุคลากรหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกคนในองค์กรเข้าใจว่า กิจกรรมที่สร้างขึ้นจะสามารถเปลี่ยนแปลง
โลกได้อย่างไร ซึ่งองค์กรส่วนใหญ่มักใช้เป็นเครื่องมือในการออกแบบและประเมินโครงการ โดยทฤษฎี
การเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (ToC) จะอยู่ในรูปแบบแผนภาพหรือคำอธิบายที่เป็นลาย
ลักษณ์อักษรเกี่ยวกับกลยุทธ์ เงื่อนไข และทรัพยากรที่จะทำให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุผล

การนำเครื่องมือที่เรียกว่า ToC มาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมทางสังคม และสร้างการมี
ส่วนร่วมนับเป็นความใหม่ในด้านกระบวนการวิจัยเพื่อป้องกันนักสูบน้ำใหม่ (New developments
in research methods) เนื่องจากในประเทศไทยยังมีผู้วิจัยที่ใช้เครื่องมือดังกล่าวไม่แพร่หลาย
โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการกำหนดนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูบน้ำใหม่ ไม่เพียง
เท่านั้น ToC ยังเป็นเครื่องมือใหม่ที่ไม่เคยใช้ในการกำหนดนโยบายของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบมา
ก่อน ซึ่งผลการวิจัยก็สามารถแสดงให้เห็นได้ว่า ToC เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสูงในการสร้าง
การมีส่วนร่วมของบุคลากรในการวางแผนเป้าหมายในอนาคต และกำหนดแนวทางการดำเนินการเพื่อมุ่งสู่
เป้าหมายอย่างเป็นลำดับขั้นตอน และยังเป็น “สื่อ” ที่นำไปใช้ในการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อให้
บุคลากรและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เห็นถึงทิศทางและเป้าหมายในอนาคตร่วมกัน ตลอดจนสามารถนำไป
ขยายผลในการกำหนดตัวชี้วัด ค่าเป้าหมายของแต่ละหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้อีกด้วย

ทั้งนี้การเลือกใช้ชื่อแบบจำลอง Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบน้ำ
หน้าใหม่ เพื่อแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มาของแบบจำลองที่ชัดเจน ซึ่งเมื่อนำแบบจำลองนี้ไปสื่อสารใน
ฐานะ “สื่อ” ประเภทหนึ่ง ผู้อ่านและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะสามารถทำความเข้าใจและสามารถสืบค้น
ที่มาของแบบจำลอง อันจะก่อให้เกิดองค์ความรู้เพื่อต่อยอดแบบจำลองดั้งเดิมนี้ได้ในอนาคต และยังคง
จะเป็นการเติมเต็มช่องว่างจากการนำองค์ความรู้ไปสู่การปฏิบัติ (Practical Knowledge Gap) ได้อีก
ทางหนึ่งด้วย

บทที่ 5

บทสรุป

การศึกษาวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกัน นักสูบหน้าใหม่ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ และ 2) เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกัน นักสูบหน้าใหม่ โดยมีสรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่

ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาหลายรูปแบบเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ คือ

1. การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

โดยสามารถสรุปผลการวิจัยในแต่ละส่วนได้ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัยจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)

ผู้วิจัยดำเนินการค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ต่างประเทศ จำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ PubMed (<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov>) โดยใช้คำสำคัญ เช่น "Smokers" "Young Adult" "factor*" โดยผลการค้นหา พบวรรณกรรมทั้งสิ้น 364 บทความ จากนั้นผู้วิจัยจึงนำวรรณกรรมทั้งหมดเข้าสู่โปรแกรม Covidence (<https://www.covidence.org>) เพื่อทำการคัดเลือกวรรณกรรมจากชื่อเรื่องและบทคัดย่อ โดยมีวรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกรวม 29 เรื่อง โดยผู้วิจัยได้ทำการอ่านวรรณกรรมฉบับเต็มทุกเรื่อง และได้วรรณกรรมที่ตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกรวม 12 เรื่อง

ในส่วนของการค้นหาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ระดับชาติ ผู้วิจัยได้ทำการค้นหา จำนวน 1 ฐานข้อมูล คือ ThaiJo (<https://www.tci-thaijo.org>) โดยใช้คำสำคัญ คือ “ปัจจัย” และ “บุหรี่” พบวรรณกรรมทั้งสิ้น 634 เรื่อง โดยผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกวรรณกรรมจากชื่อเรื่องและบทคัดย่อทีละเรื่องบนฐานข้อมูล จนได้วรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกรวม 34 เรื่อง จากนั้นผู้วิจัยจึงอ่านวรรณกรรมฉบับเต็มทุกเรื่อง และได้วรรณกรรมที่ตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกรวม 13 เรื่อง

1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในประเทศไทย

ข้อมูลทั่วไป พบว่า วรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้าจำนวน 13 เรื่อง ตีพิมพ์เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ.2558 – 2564 โดยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 12 เรื่อง และศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (เชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ) จำนวน 1 เรื่อง โดยศึกษาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด และศึกษาในภาคกลางน้อยที่สุด โดยไม่พบการศึกษาในภาคตะวันตก

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในประเทศไทยมากที่สุดคือ เพื่อน และเพศ ลำดับถัดมา คือ ทศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ อยากรอง ครอบครวั และความเครียด ตามลำดับ ในส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่พบการกล่าวถึงซ้ำกันจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว คือ บุคลิกภาพ โรคประจำตัว การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ การใช้สารเสพติดอื่น เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การเข้าถึงบุหรี่ ระดับการศึกษา แก้วงนอน และอายุ

1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในต่างประเทศ

ข้อมูลทั่วไป พบว่า วรรณกรรมที่ผ่านเกณฑ์การคัดเข้าจำนวน 12 เรื่อง ตีพิมพ์เผยแพร่ในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2564 โดยศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 9 เรื่อง ศึกษาโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ จำนวน 3 เรื่อง โดยศึกษาในประเทศกลุ่ม High-income countries มากที่สุด และไม่พบการศึกษาในกลุ่มประเทศ Middle-income countries

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ในต่างประเทศมากที่สุดคือ เพศ ลำดับถัดมา คือ ทศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ เพื่อพักผ่อนและความเพลิดเพลิน ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ รายได้ต่อเดือน และเพื่อน ตามลำดับ ในส่วนปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ไม่พบการกล่าวถึงซ้ำกันจากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว คือ ความเจ็บป่วยทางจิต การไป bar/club รูปลักษณะสีสันของบุหรี่ การสูญเสียจากภาวะสงคราม อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีร้านค้าปลีกบุหรี่หนาแน่น การใช้สารเสพติดอื่น การเข้าถึงบุหรี่ ระดับการศึกษา และอายุ

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วทั้งในประเทศและต่างประเทศมาเปรียบเทียบกัน พบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ที่มีความสอดคล้องกันมากที่สุดคือ เพศ ลำดับถัดมา คือ ทศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ และเพื่อนตามลำดับ โดยมีหลายปัจจัยที่พบเฉพาะพื้นที่ และไม่มีการกล่าวถึงซ้ำกัน เช่น การสูญเสียจากภาวะสงคราม แก้วงนอน ครอบครวั บุคลิกภาพ โรคประจำตัว เป็นต้น

2. สรุปผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารมูลนิธิธรรมรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ผู้บริหารเขตพื้นที่การศึกษา ครูและนักเรียนแกนนำเยาวชน รวมจำนวน 15 คน โดยคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 15 คนนั้น จำแนกเป็นเพศหญิง 6 คน เพศชาย 9 คน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 2 คน ปริญญาตรี 3 คน มัธยมศึกษาตอนต้น 7 คน และมัธยมศึกษาตอนปลาย 3 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ คือ เพื่อน มากที่สุด รองลงมา คือ อยากรู้อยากลอง และครอบครัวหรือบุคคลใกล้ชิดสูบบุหรี่ ตามลำดับ โดยข้อมูลจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่มีความสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็วทั้งหมดในทุกปัจจัย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษา และฝ่ายวิชาการ จำนวน 5 คน และนักศึกษา จำนวน 6 คน รวมเป็นจำนวน 11 คน โดยมีคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 11 คนนั้น เป็นเพศหญิง 5 คน และเพศชาย 6 คน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอก 1 คน ปริญญาโท 4 คน และอยู่ในระหว่างการศึกษาระดับปริญญาตรี 6 คน

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ จำนวน 5 คน ให้ข้อมูลในทิศทางเดียวกันว่า เพื่อนและเพศ เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ ไม่เพียงเท่านั้น สังคมและสิ่งแวดล้อมยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับการการสูบบุหรี่ของนักศึกษาในพื้นที่ด้วยเช่นกัน และข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา พบว่า นักศึกษากลุ่มนี้เริ่มสูบบุหรี่ตั้งแต่มัธยมศึกษาตอนต้น รู้จักบุหรี่ผ่านการแนะนำของเพื่อน นักศึกษามีความรู้ความเข้าใจในโทษและอันตรายต่อร่างกายจากการสูบบุหรี่เป็นอย่างดี ไม่กลัวคำเตือนหรือรูปภาพบนซองบุหรี่ และไม่ได้รับผลกระทบจากการขึ้นราคาบุหรี่ เนื่องจากนักศึกษาสามารถหาซื้อบุหรี่ยาเข้าที่ไม่เสียภาษีและมีราคาถูกกว่าบุหรี่ปกติได้จากเครือข่ายเพื่อนที่สูบบุหรี่ผ่านช่องทาง Line กลุ่ม

จากการสังเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ที่ได้จากการศึกษาวิจัยใน 3 วิธี พบว่าปัจจัยที่ไม่มีความสอดคล้องกันมีจำนวนทั้งสิ้น 16 ปัจจัย คือ อายุ แก่กว่างนอน ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับบุหรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การใช้สารเสพติดอื่น การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่ โรคประจำตัว การสูญเสียจากภาวะสงคราม รูปลักษณ์/สีผิวของบุหรี่ การไป bars/clubs ราคาของบุหรี่ เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ race/ethnicity ความเจ็บป่วยทางจิตซึ่งพบเฉพาะการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว และ ความรู้สึกทางเพศ / ความรัก ซึ่งพบเฉพาะในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบเท่านั้น

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่

ผู้วิจัยใช้การศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ โดยมีขั้นตอน คือ

1. ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่
2. ผู้วิจัยดำเนินการระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ โดยสามารถสรุปผลการวิจัยในแต่ละส่วนได้ ดังนี้

1. สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่

1.1 สภาพปัจจุบันของการดำเนินการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูงฝ่ายกิจการนักศึกษาและฝ่ายวิชาการ จำนวน 5 คน พบว่า สถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้มีนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูบหน้าใหม่มามากกว่า 10 ปี โดยมีการจัดกิจกรรมรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ และกิจกรรมลดการสูบบุหรี่ของนักศึกษาอย่างต่อเนื่องเป็นประจำทุกปีการศึกษา ตลอดจนเป็นแกนนำเครือข่ายสถาบันอุดมศึกษาเพื่อป้องกันยาเสพติดในพื้นที่

สถาบันอุดมศึกษาได้ให้ความสำคัญในการป้องกันและลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ในพื้นที่ โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารกิจการนักศึกษาซึ่งมีองค์ประกอบ คือ รองอธิการบดี ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาทุกคณะ ผู้บริหารส่วนงานสนับสนุนทุกส่วนในสถาบัน โดยให้มีอำนาจหน้าที่ร่วมพิจารณาทิศทางการพัฒนานักศึกษา ร่วมกันพิจารณางบประมาณที่ได้รับจากสถาบันในการพัฒนานักศึกษาให้เปิดประโยชน์สูงสุด กำกับดูแลงบประมาณ กิจกรรมและภารกิจอื่น ๆ กำกับดูแลการประกันคุณภาพการศึกษาตามมาตรฐานระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ ส่งเสริม สนับสนุน การจัดกิจกรรมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับนักศึกษาได้มีการพัฒนาความสามารถตามความถนัด โดยกำหนดให้มีการประชุมทุกเดือนเพื่อกำกับติดตามการดำเนินงาน และชี้แจงข้อมูลนโยบาย มาตรการ ข่าวสารที่เกี่ยวข้องให้กรรมการทุกคนได้รับทราบและปฏิบัติ

การสื่อสารของสถาบันอุดมศึกษาเป็นการสื่อสารอย่างเป็นทางการ โดยเน้นการสื่อสารผ่านคำสั่ง ประกาศของสถาบัน และการสื่อสารในการประชุมประจำเดือน ซึ่งไม่ได้เน้นเฉพาะเจาะจงในด้านบุหรี่ยุคใหม่และนักสูบหน้าใหม่แต่เพียงด้านเดียว อย่างไรก็ตามในระดับผู้ปฏิบัติงาน

ของกลุ่มงานกิจการนักศึกษา ก็ยังคงมีการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้ง Facebook และ Line กลุ่ม ไปยังผู้ช่วยคณบดีฝ่ายกิจการนักศึกษาของคณะต่าง ๆ ในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังนักศึกษาให้ได้มากที่สุด

การออกแบบสื่อ และการเลือกใช้ภาษาเพื่อการสื่อสารทั้งภายในองค์กร และการสื่อสารภายนอกองค์กร สถาบันอุดมศึกษามอบหมายให้สำนักงานประชาสัมพันธ์รับผิดชอบ แต่เพียงผู้เดียว ดังนั้น กลุ่มงานกิจการนักศึกษา หากต้องการออกแบบสื่อ หรือผลิตสื่อเพื่อใช้ประชาสัมพันธ์และรณรงค์ป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบัน จะต้องส่งข้อมูลอย่างเป็นทางการผ่านทางระบบ e-mail หรือ e-document เพื่อให้สำนักงานประชาสัมพันธ์ดำเนินการผลิตสื่อเท่านั้น ไม่สามารถออกแบบหรือจัดทำสื่อเองได้ เพื่อให้การสื่อสารเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั้งสถาบัน

1.2 ปัญหาของการดำเนินการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ

ข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาในการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งบุคลากรของสถาบันอุดมศึกษาและนักศึกษา พบว่า บุคลากรและนักศึกษาไม่รู้เป้าหมายและความก้าวหน้าของการรณรงค์มากที่สุด ลำดับถัดมา คือ บุคลากรและนักศึกษาไม่ตระหนักถึงอันตรายของการสูบบุหรี่ บุคลากรและนักศึกษามองว่าการรณรงค์ที่ผ่านมาไม่สามารถเปลี่ยนพฤติกรรมได้ ตามลำดับ

2. ผลการระดมสมอง (Brainstorming) กับกลุ่มสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ เพื่อพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

จากการทบทวนวรรณกรรม เครื่องมือที่มีความเหมาะสมกับสภาพปัญหาของพื้นที่สถาบันอุดมศึกษา คือ ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change (ToC) และเพื่อให้ ToC มีความสอดคล้องกับสภาพปัญหาของสถาบันอุดมศึกษา และผู้วิจัยได้เพิ่มกระบวนการกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) เป็นขั้นตอนระหว่างผลลัพธ์ (Output) กับ ปัจจัยนำเข้า (Input) ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำแผนภาพ ToC ไปวางแผนการรณรงค์หรือการทำกิจกรรมเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเพิ่มหัวข้อ เงื่อนไขและอุปสรรค เพื่อให้บุคลากรในองค์กรได้ร่วมกันวิเคราะห์ถึงความเป็นไปได้และสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน อันจะส่งผลต่อการดำเนินงานในอนาคต

ผลการประเมินนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ อยู่ในระดับดีและดีมาก ทุกประเด็น ประกอบด้วย การนำแบบจำลอง ToC ไปใช้ เพื่อสร้างผลกระทบ (Impact) คือ พัฒนามหาวิทยาลัยให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษามีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง ผ่านกิจกรรม อาทิ การจัดการเรียนการสอนเป็นรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) โดยเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาได้จัดกิจกรรมตามความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษา ทั้งนี้จะต้องดำเนินกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่จัดทำขึ้น มีความต่อเนื่อง และมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสภาพสังคม จึงจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้อย่างยั่งยืน มีการวางแผน ดำเนินงานร่วมกันในทุกส่วนของมหาวิทยาลัย

ทั้งส่วนวิชาการ ส่วนกิจการนักศึกษา และส่วนสนับสนุน เปิดโอกาสให้นักศึกษาที่สูบบุหรี่สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้โดยการจัดพื้นที่สูบบุหรี่ที่ชัดเจน และทุกคนปฏิบัติตามกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติระหว่างคนสูบบุหรี่กับคนไม่สูบบุหรี่ เนื่องจากกลุ่มผู้ที่สูบบุหรี่อยู่แล้วไม่ควรถูกตีตราว่าเป็นคนผิด หรือถูกละเมิด (Bully) ทางสังคม อย่างไรก็ตามทางสถาบันอุดมศึกษาก็ต้องปกป้องสุขภาพพลานามัยของผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการจัดพื้นที่และบังคับใช้ระเบียบการสูบบุหรี่ในพื้นที่อย่างรัดกุม จะช่วยสนับสนุนการอยู่ร่วมกันในสังคมให้ราบรื่นและเรียบร้อยมากขึ้น

นอกจากนี้การสื่อสารโน้มน้าวใจ (Persuasive) เป็นอีกเทคนิคหนึ่งที่เป็นกลยุทธ์ในการนำไปสู่การลดจำนวนนักสูบบุหรี่ผ่านโครงการหรือกิจกรรมที่กระตุ้นอารมณ์และความรู้สึกร่วมของกลุ่มเป้าหมาย (Touch) โดยใช้เนื้อหาสาร และช่องทางการสื่อสารที่ทันสมัย มีการประยุกต์ใช้สื่อใหม่ที่มีความนิยมในกลุ่มของนักศึกษาแต่ละช่วงเวลา ตลอดจนเปิดพื้นที่ให้นักศึกษาสามารถแสดงความคิดสร้างสรรค์และศักยภาพได้อย่างเต็มที่ (Talent) เช่น การกำหนดประเด็นกิจกรรมในชั้นเรียน ให้นักศึกษาได้เรียนรู้เรื่องบุหรี่และสร้างสรรค์แนวทางการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในพื้นที่สังคมของตนเอง ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการดำเนินงานทั้งทางวิชาการ และกิจการนักศึกษา ผ่านการประยุกต์ใช้ช่องทางการสื่อสารสมัยใหม่ในการสร้างพื้นที่ให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมและแสดงออกทางสังคมได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งกิจกรรมในลักษณะนี้จะเป็นกิจกรรมที่ต่อเนื่องและยั่งยืน เพื่อให้เกิดการกระตุ้นเตือนและปรับทัศนคติและความเชื่อของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อบุหรี่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดี จนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้

การผสมผสานการเรียนรู้เรื่องบุหรี่ เข้ากับการเรียนการสอนในรายวิชาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Subject) เพื่อสร้างองค์ความรู้และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักศึกษา สามารถประยุกต์ใช้ได้ทั้งรายวิชาแกน และรายวิชาศึกษาทั่วไป เช่น รายวิชาการสื่อสารเชิงบูรณาการ กระตุ้นให้นักศึกษาได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาการสื่อสารรูปแบบใหม่เพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ รายวิชาการคิดเชิงพากษ์ กระตุ้นให้นักศึกษาได้ค้นคว้าหาข้อมูลและวิพากษ์ถึงโทษของบุหรี่ และการสูบบุหรี่ในพื้นที่ของสถาบันอุดมศึกษา เป็นต้น เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารของนักศึกษา อันจะนำไปสู่การขยายเครือข่ายทางวิชาการ (Network) ทั้งในรายวิชาอื่น ๆ ในสถาบันอุดมศึกษา และสามารถนำไปปรับใช้ในสถาบันอุดมศึกษาอื่น ๆ ได้ จนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตและความยั่งยืนในการขับเคลื่อนโครงการเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ในระดับประเทศ

ทั้งนี้ กิจกรรมที่กล่าวมาข้างต้น จะไม่สามารถก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้ หากขาดปัจจัยนำเข้า (Input) ที่สำคัญ คือ นักศึกษา (Student) ที่มีความเต็มใจในการขับเคลื่อนกิจกรรม ไม่ถูกบังคับ และเห็นความสำคัญของการดำเนินกิจกรรม โดยคณาจารย์และผู้บริหาร (Adult) ต้องมีการสนับสนุนงบประมาณหรือรางวัล (Reward) ซึ่งอาจอยู่รูปของเงินรางวัล คะแนนในรายวิชา

หรือใบประกาศนียบัตรในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจให้นักศึกษาเข้าร่วมกิจกรรมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่

จากการลงมือปฏิบัติเพื่อสร้างต้นแบบในการขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติผ่านการประยุกต์ใช้ ToC เพื่อสร้างนวัตกรรมในการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม โดยปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียนการสอนจากเดิมที่เป็นแบบบรรยาย (Lecture Based Learning) เป็นรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) โดยผู้วิจัยทำหน้าที่เป็น “กระบวนกร” ในการขับเคลื่อนให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้ทั้งในด้านของความคิดสร้างสรรค์ โดยนักศึกษามีอิสระในการคิดและลงมือทำสื่อภายใต้โจทย์แบบเปิดกว้าง ซึ่งการบูรณาการองค์ความรู้กับรายวิชาของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเข้าใจถึงโทษของบุหรี่ และสร้างความตระหนักในการรักตัวเอง ผ่านกิจกรรมการเรียนการสอนที่หลากหลาย (Subject) ตลอดจนต้องมีการเปิดพื้นที่ให้แสดงศักยภาพแก่นักศึกษา ผ่านการใช้ช่องทางการสื่อสารใหม่ ๆ เช่น TikTok ซึ่งจะช่วยสร้างการรับรู้ในวงกว้าง (Talent) มีความเป็นไปได้ในการดำเนินงานในสถาบันอุดมศึกษาและสามารถผสมผสานการเรียนรู้ทางวิชาการเข้ากับกิจกรรมในส่วนของกิจการนักศึกษา ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบที่ช่วยในการเชื่อมโยงการปฏิบัติงานระหว่างฝ่ายวิชาการและฝ่ายกิจการนักศึกษาให้หลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันได้ ตลอดจนได้ผลิตเป็น “สื่อ” ซึ่งเป็นนวัตกรรมการสื่อสารในพื้นที่ของสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ซึ่งเปิดโอกาสให้นักศึกษาเข้ามามีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ทั้งกระบวนการ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสังเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิจากบทความวิจัยและบทความวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อยืนยันปัจจัยเชิงสาเหตุที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีความสัมพันธ์ต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่เป็นอย่างมากซึ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยนี้ก็สอดคล้องในทิศทางเดียวกัน สาเหตุหลักสำคัญ คือ วัยรุ่น เป็นช่วงเวลาที่ต้องการการยอมรับจากสังคม และโดยส่วนใหญ่มักใช้เวลาร่วมกับกลุ่มเพื่อนเป็นหลัก ซึ่งอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนส่งผลต่อวัยรุ่นทั้งในทางที่ดีและไม่ดี โดยอาจทำให้คนที่ถูกยอมรับให้เข้ากลุ่ม มีความรู้สึกอบอุ่น มั่นคง เห็นความสำคัญของตัวเอง แต่ในอีกทางหนึ่งก็อาจทำให้เกิดพฤติกรรมไม่ดีที่ต้องทำตามในกลุ่มด้วยเช่นกัน ซึ่งในแต่ละกลุ่มเพื่อนก็มีความกดดันของกลุ่ม บริบทสังคมแวดล้อมที่แตกต่างกัน เพื่อนจึงเป็นสิ่งแวดล้อมที่ใกล้ชิด และเข้าใจธรรมชาติของกันและกันมากที่สุด ดังนั้น หากเพื่อนในกลุ่มสูบบุหรี่ ย่อมเกิดอิทธิพลต่อสมาชิกในกลุ่มในการเลียนแบบหรือส่งต่อพฤติกรรมที่ได้รับการยอมรับในกลุ่ม ซึ่งการนำปัจจัยนี้มาใช้ในการออกแบบการสื่อสาร นับเป็นเรื่องท้าทายต่อทุกหน่วยของสังคม ตั้งแต่ครอบครัว โรงเรียน สถาบันอุดมศึกษา ภาคเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ที่จะต้อง

สร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นในระดับ “ปัจเจก” ให้ไม่โอนอ่อนตามค่านิยมที่ “ถูก” ในกลุ่มเพื่อน แต่เป็นค่านิยมที่ “ผิด” ของคนในสังคมภายนอก การรณรงค์ให้เด็กนักเรียน นักศึกษาออกมาเดินถือป้าย อาจจะไม่ดึงดูดและไม่เพียงพอต่อการสร้างความเข้มแข็งในอุดมคติของสังคมได้ (ประณต คำฉิม , 2549; ผ่องศรี ศรีมรกต และรุ่งนภา ภาณิตรัตน์, 2548)

นอกจากนี้ ข้อมูลจากการวิจัยยังพบว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ที่มีความสอดคล้องกันมากที่สุด คือ เพศ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวว่าผู้ชายมีแนวโน้มสูบบุหรี่มากกว่าผู้หญิง เนื่องจากการยอมรับทางสังคมของผู้ชายจะเป็นไปในทิศทางบวก การสูบบุหรี่ช่วยเพิ่มบุคลิกภาพ ความเท่ และเสริมความมั่นใจให้กับผู้ชายได้ แต่ในส่วนของผู้หญิง การยอมรับทางสังคมเป็นไปในทิศทางลบมากกว่าผู้ชาย การสูบบุหรี่ในผู้หญิงยังส่งผลทางลบต่อบุคลิกภาพและความมั่นใจในการใช้ชีวิต (Chinwong, Mookmanee, Chongpornchai, & Chinwong, 2018; Mandil et al., 2010; Parkinson et al., 2009; Yong et al., 2009)

ปัจจัยหนึ่งที่พบเฉพาะการสัมภาษณ์เชิงลึกกับสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ คือ ความรู้สึกทางเพศ / ความรัก ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดการเปลี่ยนแปลงของทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมของวัยรุ่นเนื่องจากเมื่อก้าวเข้าสู่วัยรุ่น ทั้งเพศหญิงและชายจะมีทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมที่เกี่ยวกับเพศตรงข้ามมากขึ้น และสภาพสังคมแวดล้อมก็จะผลักดันให้วัยรุ่นก้าวเข้าสู่กลุ่มใหม่ ทั้งโลกของชุมชน โลกของเพศตรงข้าม และโลกของกลุ่มเพื่อน ดังนั้นเมื่อวัยรุ่นรู้สึกผิดหวังจากโลกของเพศตรงข้าม ก็จะต้องหาที่ยึดเหนี่ยวและเป็นกำลังใจ ซึ่งก็มักจะเป็นโลกของกลุ่มเพื่อนที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมากกับวัยรุ่น (ประณต คำฉิม, 2549; สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, 2552) ดังนั้นแนวทางการสื่อสารเพื่อใช้ในการรณรงค์โครงการที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ จึงควรประยุกต์ใช้รูปแบบการสื่อสารผ่านสื่อบุคคล ทั้งบุคคลใกล้ชิดตัวและไกลตัว เช่น พ่อแม่ ผู้ปกครอง คนรัก ดารา ผู้นำทางความคิด เพื่อน เป็นต้น ตลอดจนใช้ช่องทางหรือเครื่องมือการสื่อสารที่ทันสมัย เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมที่เปิดรับสื่อของวัยรุ่นซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว และนำเสนอเนื้อหาในการรณรงค์ผ่านประเด็นสุขภาพ ความสวยความงาม ความรักความหวังใจ และเสน่ห์ทางเพศ ทั้งนี้ความรัก เป็นปัจจัยที่ทำให้คนเริ่มสูบบุหรี่ได้ และก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนเลิกบุหรี่ได้เช่นกัน เนื่องจากการเลิกสูบบุหรี่ไม่อาจประสบความสำเร็จได้จากการใช้ยา หรือการพยายามเลิกด้วยตนเองเพียงลำพัง แต่ต้องอาศัยความช่วยเหลือจากครอบครัวและบุคคลอื่นเป็นที่รักซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเลิกสูบบุหรี่ได้เป็นอย่างดี (World Health Organization, 2021; จีรพรรณ กาญจนะจิตตรา, 2547; ฉัตรนภา อัมพลพิรพันธ์, 2553)

เมื่อปัจจัยภายในที่ขับเคลื่อนความต้องการในการอยากรู้ อยากลอง ทั้งเพศ และ ทัศนคติที่ดีต่อการสูบบุหรี่ ผสมผสานเข้ากับปัจจัยภายนอกอย่างเพื่อน และการเข้าถึงบุหรี่ที่สะดวกง่ายดาย จึงส่งผลให้เกิดนักสูบหน้าใหม่ขึ้นในสังคมทดแทนนักสูบหน้าเก่าอย่างต่อเนื่อง ผลจากการวิจัยสะท้อน

ให้เห็นถึงการทำการบ้านของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ ในฐานะของ “ผู้ส่งสาร” ซึ่งมีการศึกษาทำความเข้าใจ พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายมาเป็นอย่างดี แม้จะไม่สามารถส่งสารผ่านสื่อต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ เพราะมีกฎหมายและข้อบังคับกำหนดไว้ แต่ก็สามารถสร้างการสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ช่องทางกำจัดจำหน่าย คุณสมบัติของบุหรี่แต่ละยี่ห้อผ่านการบอกต่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ (นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ และฉัตรสมน พฤตมิถุน, 2560)

อย่างไรก็ตาม อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2564) ที่พบว่าจำนวนนักสูบหน้าใหม่เพิ่มขึ้นปีละประมาณ 200,000 คน และมีอายุอยู่ในช่วงวัย 19-24 ปี ซึ่งนักสูบหน้าใหม่ในวัยดังกล่าว โดยส่วนใหญ่มักใช้ชีวิตในรั้วสถาบันอุดมศึกษา แต่จากการศึกษาวิจัย กลับพบว่า สถาบันอุดมศึกษา ในฐานะ “ผู้ส่งสาร” ในกระบวนการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ กลับอยู่ในสถานะ “ตั้งรับ” มากกว่าจะทำงานเชิงรุก โดยสถาบันอุดมศึกษาที่ผู้วิจัยได้มีโอกาสเข้าพื้นที่เพื่อพัฒนาวัตกรรมทางสังคมนั้น มีข้อจำกัดหลายประการที่ไม่สามารถให้ความสำคัญกับเรื่อง การป้องกันนักสูบหน้าใหม่ได้อย่างเต็มที่ จึงส่งผลให้ความเข้มแข็งในฐานะของผู้ส่งสาร เมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างสถาบันอุดมศึกษากับบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ หรือแม้แต่เปรียบเทียบกับโครงการ ปกป้อง Gen Z จากการสูบบุหรี่แล้ว สถาบันอุดมศึกษา มีความอ่อนด้อยกว่าในทางการสื่อสารอย่าง ชัดเจน

ดังนั้น การพัฒนาการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจและมุ่งหวังประสิทธิผลในการป้องกันนักสูบ หน้าใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบนี้ จึงจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการทำให้คนทั้งสังคมเห็นภาพ เห็นความสำคัญของการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ร่วมกัน ให้แต่ละฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็นเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับนโยบาย อันเป็นการวางรากฐานที่แข็งแรง สร้างพลัง ทางความคิด ดึงดูดให้ผู้รับสารรับรู้ เข้าใจ คล้อยตาม จนเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งเป็นไป ตามหลักของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ (พนิดา จงสุขสมสกุล, 2564ข)

การขับเคลื่อนเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายของการสื่อสารเพื่อป้องกันนัก สูบหน้าใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต้นแบบ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่เรียกว่าทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง (Theory of Change: ToC) ผสมผสานกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้คน ทั้งสังคมเห็นภาพ เห็นความสำคัญของการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ร่วมกัน เปิดโอกาสให้บุคลากร จากหลายส่วน และนักศึกษาที่ไม่เคยมีส่วนร่วมในการวางแผนการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ในสถาบัน ได้เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงร่วมกัน ดังนั้นผลลัพธ์สุดท้ายของทฤษฎี การเปลี่ยนแปลงของงานวิจัยนี้ จึงกลายเป็น “นวัตกรรมทางสังคม” ของสถาบันอุดมศึกษาแห่งนี้ไป โดยปริยาย เนื่องจากนวัตกรรมทางสังคม คือ วิธีการแก้ปัญหาทางสังคมรูปแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพ หรือมีความยั่งยืนมากกว่าวิธีการแก้ปัญหาเดิมที่เคยมีอยู่แล้ว โดยมีได้จำกัดว่าจะต้องเป็นสิ่งประดิษฐ์ ใหม่ของโลกเท่านั้น แต่อาจเป็นกระบวนการ หรือการปรับปรุงพัฒนาวิธีการปฏิบัติเดิมก็ได้ อยากรู้

ตามนวัตกรรมทางสังคม ต้องคำนึงถึงการพัฒนาหรือปรับให้เข้ากับความต้องการของชุมชนหรือสังคม เป็นสำคัญ (Rhule & Allotey, 2020)

ผลลัพธ์สุดท้ายของ Theory of Change หรือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ในระดับ Impact (ผลกระทบ) ในด้านมหาวิทยาลัยมีสภาพแวดล้อมที่ดี และนักศึกษา มีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรง ซึ่งสอดคล้องกับประโยชน์ของยุทธศาสตร์ชาติ ที่มุ่งให้นักศึกษาได้รับการเรียนรู้จากระบบการเรียนการสอนที่ทำให้ก้าวไปเป็นวัยแรงงานที่มีคุณภาพและมีความสุข มีอาชีพตามความถนัด ความสนใจ และความชอบ มีทักษะชีวิตและทัศนคติที่พร้อมเผชิญและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ และตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาร่างกายให้แข็งแรง มีสุขภาพที่ดี (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

เป้าประสงค์ (Outcome) ทั้งความต่อเนื่องในการสื่อสาร ความร่วมมือร่วมใจในการขับเคลื่อน การไม่เลือกปฏิบัติกับนักศึกษา และการสื่อสารแบบโน้มน้าวใจ มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบหลักในการแพร่กระจายของนวัตกรรมของโรเจอร์ (Rogers, 1983) อันประกอบด้วย 1) นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง ความคิด การปฏิบัติ หรือวัตถุที่เป็นสิ่งใหม่ แต่การรับรู้ว่าเป็นใหม่ของแต่ละบุคคลนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไป เนื่องจากความคิด ประสบการณ์ ภูมิหลังของปัจเจกบุคคล โดยนวัตกรรมยังหมายรวมถึงความรู้ หรือการพัฒนาต่อยอดสิ่งที่เคยมีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น 2) การสื่อสาร (Communication) การสื่อสารเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการแพร่กระจายนวัตกรรมไปยังกลุ่มคนต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความรู้และเข้าใจซึ่งกันและกัน เมื่อมีบุคคลใดบุคคลหนึ่ง คิดค้นหรือพัฒนานวัตกรรมขึ้นมาแล้ว ย่อมต้องใช้กระบวนการสื่อสารเพื่อให้เกิดการเผยแพร่และยอมรับไปยังบุคคลอื่น ๆ ในสังคม 3) เวลา (Time) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรมเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งมีความเกี่ยวข้องในกระบวนการทั้งการตัดสินใจยอมรับหรือไม่ยอมรับนวัตกรรม ระยะเวลาในการสร้างสรรค์นวัตกรรม 4) ระบบของสังคม (Social System) ระบบของสังคมเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรม เนื่องจากภายในระบบของแต่ละสังคมจะประกอบไปด้วยผู้นำทางความคิด ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจเปิดรับนวัตกรรมของสมาชิกในสังคม และส่งผลต่อการแพร่กระจายของนวัตกรรมในสังคม

ทั้งนี้ผลลัพธ์ (Output) และกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับผู้รับสาร โดยเปิดโอกาสให้ผู้รับสารเข้ามามีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ยังมีความสอดคล้องกับลักษณะ เดิมศิริกุลชัย (ม.ป.ป.) ที่แสดงทัศนะไว้ว่าการชี้แนะประเด็นใดประเด็นหนึ่งต่อสังคม นักส่งเสริมสุขภาพต้องปรับเปลี่ยนวิธีคิด กระบวนทัศน์และบทบาทจากนักจัดการศึกษาด้านสุขภาพมาเป็นนักจัดกระบวนการเรียนรู้โดยใช้สื่อเป็นเครื่องมือ กำหนดกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับประเด็นและผู้รับสาร เพื่อให้การชี้แนะประเด็นแก่มวลชน (Media Advocacy) สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพให้แก่คนในสังคมได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการป้องกันนักสูบ

หน้าใหม่ซึ่งอยู่ในช่วงวัยรุ่น ซึ่งมีความสนใจที่หลากหลาย มีนิสัยที่อยากรู้อยากลอง ชอบความตื่นเต้นท้าทาย การเลือกสรรเรื่องราวเพื่อสื่อสารกับวัยรุ่น จึงควรมีลักษณะที่ทันสมัย แปลกใหม่ ผสมผสานจุดสนใจหลายรูปแบบให้เหมาะสมกับสถานการณ์ จึงจะสามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่คาดหวังได้อย่างเป็นรูปธรรม (กิตติชัย พิณโน และอมรชัย คหกิจโกศล, 2554; พนิดา จงสุขสมสกุล, 2564ข)

ในท้ายที่สุดนี้ นวัตกรรมทางสังคมของงานวิจัยได้รับการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม แต่ไม่ได้ประเมินประสิทธิผลในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ เนื่องจากการนำทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงไปใช้ ควรขับเคลื่อนในทุกระดับของสังคม ตั้งแต่ระดับนโยบาย ระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการ จึงต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจและระยะเวลาในการผลักดันนโยบายสู่การปฏิบัติ ตลอดจนความต่อเนื่องในการดำเนินงานด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยและข้อเสนอแนะของการวิจัยหลายชิ้นที่ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ตลอดจนสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมที่บุคคลย่อมมีสิทธิยอมรับหรือปฏิเสธนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับกระบวนการให้ความรู้และการโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพ (Rogers, 1983; Valdez et al., 2020; ญัฐพล พลเยี่ยม, 2549)

ข้อจำกัดของงานวิจัยนี้ ประเด็นแรก คือ การไม่สามารถดำเนินการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ได้ เนื่องจากงานวิจัยนี้ไม่ได้รับทุนสนับสนุนจากหน่วยงานและไม่มีทีมวิจัยที่มากพอในการคัดกรองวรรณกรรมอย่างเป็นระบบได้ ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว เพื่อลดข้อจำกัดต่าง ๆ ประการที่สอง คือ เรื่องระยะเวลาในการติดตามและประเมินผล ด้วยนวัตกรรมทางสังคมของงานวิจัยนี้เป็น การขับเคลื่อนงานเชิงนโยบาย จึงต้องอาศัยระยะเวลาในการติดตามผลสำเร็จ อีกทั้งยังต้องอาศัยปัจจัยที่สำคัญอีกหลายประการในการนำนวัตกรรมทางสังคมนี้ไปใช้ คือ การสนับสนุนอย่างจริงจังจากผู้กำหนดนโยบายและเงินทุนสนับสนุน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมในการดำเนินการอย่างรวดเร็ว

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มผู้บริหารประกอบไปด้วยการสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านวิชาการและหน่วยงานด้านกิจการนักศึกษา เนื่องจากในปัจจุบันแต่ละหน่วยงานมีการแบ่งแยกภาระหน้าที่ที่ชัดเจน และหน่วยงานด้านวิชาการอาจไม่ได้มีความเข้าใจในกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่ ทำให้ไม่เห็นเป้าหมายและไม่มีแรงจูงใจในการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่ ดังนั้นจึงควรเพิ่มการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานให้มากขึ้น ผ่านการประชุม กิจกรรมประจำปี การเชิญวิทยากรจากด้านกิจการนักศึกษาเข้าชั้นเรียนเพื่อให้มีส่วนร่วมในการจัดการเรียนรู้กับนักศึกษา อันจะนำไปสู่การขับเคลื่อนสถาบันอุดมศึกษาให้มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และนักศึกษามีสุขภาพพลานามัยที่แข็งแรงได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะจากคณาจารย์ผู้ปฏิบัติงานสอนในรายวิชาต่าง ๆ ของสถาบันอุดมศึกษา ด้วยภาระงานสอนและภาระงานอื่น ๆ ทางวิชาการมีเป็นจำนวนมาก คณาจารย์จึงให้ความสำคัญกับคุณภาพทางวิชาการเป็นลำดับแรก ดังนั้นจึงควรมีการสอดแทรกองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ในการเรียนการสอนของรายวิชาต่าง ๆ เพื่อพัฒนาผลลัพธ์การเรียนรู้ด้านพฤติกรรมและจิตใจ ควบคู่ไปกับองค์ความรู้ทางวิชาการ ซึ่งไม่จำเป็นต้องจัดทำเป็นรายวิชาเฉพาะ

ข้อเสนอแนะของนักศึกษา ซึ่งบางส่วนมีทัศนคติที่กับการสูบบุหรี่และเห็นว่าการรณรงค์ในรูปแบบปกติ เช่น การถือป้าย การเดินพาเหรด ไม่มีประสิทธิผลในการลดการสูบบุหรี่หรือป้องกันนักสูบหน้าใหม่ แต่ทางสถาบันอุดมศึกษาควรจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความสนใจของนักศึกษาในแต่ละช่วง อาทิ ในช่วงเวลาที่ศึกษาวิจัยนี้ นักศึกษาสนใจเรื่องการเต้นเพื่อลงในสื่อ TikTok สถาบันอุดมศึกษาก็สามารถสอดแทรกองค์ความรู้ผ่านสื่อ หรือจัดกิจกรรมประกวดต่าง ๆ เพื่อให้ นักศึกษามีความสนใจในการรณรงค์มากขึ้น ตามหลักการกระบวนการในการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรม สื่อบุคคลหรือผู้ทำหน้าที่เผยแพร่นวัตกรรมต้องให้ข้อมูลข่าวสารและใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างการโน้มน้าวใจในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับสาร (Rogers, 1983) ซึ่งข้อเสนอแนะทั้งของผู้บริหาร คณาจารย์และนักศึกษาได้รวบรวมและจัดทำเป็นองค์ประกอบในหัวข้อต่าง ๆ ของ ToC เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ดังนั้นสถาบันอุดมศึกษาจึงสามารถนำ ToC ไปใช้ในการขับเคลื่อนนโยบายการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในพื้นที่ได้ทันที และสามารถปรับประยุกต์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์และช่วงเวลาได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 สถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานส่วนกิจการนักศึกษา หน่วยงานส่วนวิชาการ และหน่วยงานส่วนสนับสนุน ในการขับเคลื่อนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ หรือการรณรงค์งดสูบบุหรี่ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการสื่อสารมากขึ้น โดยสามารถนำเครื่องมือ “Theory of Change” หรือทฤษฎีการเปลี่ยนแปลงไปประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในระดับนโยบาย และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารภายในองค์กรเพื่อให้บุคลากรทุกคนมองเห็นเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน

1.2 สถาบันอุดมศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรนำองค์ความรู้จากการศึกษาวิจัย ในประเด็นของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ ซึ่งมีนักวิชาการได้ทำการศึกษาวิจัยและเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณชนแล้วจำนวนมาก ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาโครงการรณรงค์หรือการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิผลของการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

1.3 กลุ่มคน Gen Z คือ ผู้ที่เกิดในปี พ.ศ. 2540 – 2552 ซึ่งมีช่วงอายุกว้างถึง 12 ปี ดังนั้น โครงการรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ จึงควรพัฒนาและดำเนินโครงการให้ครอบคลุมทุกช่วงอายุ ซึ่งในแต่ละช่วงอายุของกลุ่มคน Gen Z ก็อาจมีพฤติกรรมและการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน และอาจมีโอกาsk้าวเข้าสู่การเป็นนักสูบหน้าใหม่ได้ในทุกช่วงอายุเช่นกัน

1.4 หน่วยงานภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการสร้างการมีส่วนร่วมภายในสถาบันอุดมศึกษาอย่างเหมาะสม เนื่องจากหากสถาบันอุดมศึกษาสามารถจัดกิจกรรมเพื่อลดจำนวนนักสูบหน้าใหม่ได้อย่างเป็นรูปธรรมแล้ว ย่อมจะเป็นการลดจำนวนผู้ป่วยจากการสูบบุหรี่และงบประมาณในการรักษาพยาบาลกลุ่มผู้ป่วยเหล่านี้ในอนาคตได้ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของคนในสังคม จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินกิจกรรม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมอย่างยั่งยืน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐจึงควรสนับสนุนงบประมาณอย่างต่อเนื่องเพื่อให้กิจกรรมต่าง ๆ สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

2.1 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เรื่อง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบหน้าใหม่ สามารถนำไปใช้วางแผนและออกแบบการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ได้ โดยต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของการค้นหาวรรณกรรมของงานวิจัยนี้ ทั้งในส่วนของคำค้นหา ฐานข้อมูล วัตถุประสงค์ในการค้นหาข้อมูล และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

2.2 ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ สถาบันอุดมศึกษาซึ่งเป็นพื้นที่ต้นแบบของการวิจัยนี้สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ได้ทันที ทั้งส่วนของการกำหนดนโยบาย แนวทางการสื่อสารและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามหากสถาบันอุดมศึกษาอื่นจะนำนวัตกรรมทางสังคมตามงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ ควรปรับปรุงแก้ไขในทุกองค์ประกอบให้สอดคล้องกับสังคมและบริบทของสถาบันอุดมศึกษานั้น

3. ข้อเสนอแนะต่อการวิจัยครั้งถัดไป

3.1 การศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเริ่มสูบบุหรี่โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกของการวิจัยนี้ ด้วยผู้วิจัยเป็นผู้ไม่เคยสูบบุหรี่ จึงอาจมีมุมมองในลักษณะของ “คนนอก” ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งถัดไปจึงควรประยุกต์ใช้การวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic Research) ในการศึกษาอย่างลุ่มลึกในฐานะ “คนใน” ซึ่งอาจทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และเข้าใจกลุ่มคนสูบบุหรี่และนักสูบหน้าใหม่มากยิ่งขึ้น

3.2 การนำนวัตกรรมทางสังคมของงานวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนนโยบายและการดำเนินงานในสถาบันอุดมศึกษาอื่น หรือศึกษาเปรียบเทียบผลการดำเนินงานตามแบบจำลองการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาเขตเมืองกับเขตชนบท เพื่อพิสูจน์

ประสิทธิผลและพัฒนาเป็นทฤษฎีการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในสถาบันอุดมศึกษาต่อไปในอนาคต

3.3 การพัฒนาแนวทางการออกแบบนวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในงานวิจัยนี้ ศึกษาในกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 19 – 24 ปี เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาในปัจจุบัน แต่การศึกษาในกลุ่มเยาวชนที่มีอายุน้อยลงและมีแนวโน้มสูบบุหรี่มากขึ้น โดยสร้างการมีส่วนร่วมในสถาบันการศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา อาชีวศึกษา หรือการศึกษานอกระบบ จะช่วยเพิ่มความเข้มแข็งในการป้องกันนักสูบหน้าใหม่ และสามารถลดจำนวนผู้เริ่มสูบบุหรี่ได้อย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น อย่างไรก็ตามคุณสมบัติของนักสูบหน้าใหม่ในแต่ละพื้นที่และบริบทก็อาจมีทัศนคติและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน อาทิ นักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนในเขตกรุงเทพมหานคร โรงเรียนประจำจังหวัด กับโรงเรียนขยายโอกาส หรือนักเรียนในโรงเรียนสามัญศึกษา กับโรงเรียนอาชีวศึกษา ซึ่งนักเรียนที่อยู่ในโรงเรียนประเภทต่าง ๆ จะมีคุณลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน และได้รับผลกระทบจากระบบเศรษฐกิจ สังคม เช่นเดียวกัน ทั้งนี้พื้นฐานทางจิตใจของแต่ละบุคคล เป็นกระบวนการสำคัญและเป็นเกราะป้องกันที่ดีในการปกป้องดูแลให้ไม่เข้าไปมีพฤติกรรมเสี่ยงที่ไม่ใช่เพียงแค่การสูบบุหรี่ แต่อาจจะเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงด้านต่าง ๆ อาทิ ยาเสพติด อาชญากรรม ท้องก่อนวัยอันควร เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงควรพิจารณาลักษณะของประชากรในการศึกษาและออกแบบนวัตกรรมทางสังคมให้เหมาะสมกับความแตกต่างของกลุ่มเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- กมลรัฐ อินทรทัศน์. (2558). *ยุทธวิธีสื่อสารเพื่อการพัฒนา เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา หน่วยที่ 3 สาขาวิชานิติศาสตร์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2561). *การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับแผนงานควบคุมโรค (state of the art review)*. สืบค้นเมื่อ 30 กันยายน 2564, จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/ckeditor2//files/11.%20การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับแผนง.pdf>
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (ม.ป.ป.). *ความรู้พื้นฐานและประเภทของผลิตภัณฑ์ยาสูบ*. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://elib.ddc.moph.go.th/pdf/eb282/eb282.pdf>
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2562). *แนวทางการนิเทศเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุก*. กรุงเทพฯ: หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- กฤษณา ภูพลพันธ์. (2551). *การมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันการใช้บุหรี่ในวัยรุ่น (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท)*. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กิตติชัย พิณโน, และอมรชัย คหกิจโกศล. (2554). *ภาษากับการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาภาษาตะวันออก คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เกรียงไกร พัฒนกุลโกเมธ, และทิตติพงษ์ สุทธิรัตน์. (2553). *การเปิดรับสื่อ ความรู้ และพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วม ในการรณรงค์เพื่อการงดสูบบุหรี่ของกลุ่มวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- แคช, ราฟ. (2550). *การบริหารจัดการนวัตกรรม (ณัฐยา สิ้นตระการผล, ผู้แปล)*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- งานพัฒนาและจัดการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2549). *วันงดสูบบุหรี่โลก*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2562, จาก https://www.lib.ru.ac.th/journal/may/may31_worldno-tobaccoday.html
- จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ, บุญชนัญญา พงษ์ปรีชา, กันยารัตน์ ธวัชชัยเจริญยิ่ง, และนฤญา ยางธิสาร. (2562). *การเข้าถึงบุหรี่และการสูบบุหรี่ของเยาวชนในสถาบันการศึกษา ในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์*. *วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน*, 7(2), 59-72.
- จันทนา จันทรไพจิตร. (2541). *เหตุผลในการสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- จำเนียร จวงตระกูล. (2561). ปัญหาการกำหนดกลุ่มตัวอย่างและวิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 1(2), 1-21.
- จิราพร สุวรรณธีรานุ. (2542). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นในสถานศึกษา จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรพรรณ กาญจนะจิตรา. (2547). สังคมวิทยาประยุกต์ในโครงการพัฒนา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จุฑาทิพย์ พิทักษ์. (2555). การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชนเรื่องเพศวิถีของวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรนภา อ่ำพลพิรพันธ์. (2553). แนวทางการสื่อสารที่พึงประสงค์ในการรณรงค์ "โครงการผู้หญิงรุ่นใหม่ไม่สูบบุหรี่" (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมพงศ์ ขาวค้ำพล, และนชกฤต วันดีเมธ. (2558). ผลกระทบของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจยาสูบที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคยาสูบของนักศึกษาชายในกรุงเทพมหานคร. ใน การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 53 (น. 794-801). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชอบ เข้มกลัด. (2547). การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเชิงประยุกต์. กรุงเทพฯ: เสมาธรรม.
- ชาติศรี ศรีไพพรรณ. (2542). นโยบายนวัตกรรมทางเทคโนโลยีของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ.
- ณัฐพงศ์ ครองรัตน์, ณัฐพร ปวงคำ, และณัฐริกา ตาลป่า. (2563). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนิสิตคณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคเหนือประเทศไทย วารสารกฎหมายและนโยบายสาธารณสุข, 6(6), 55-71.
- ณัฐพล พลเยี่ยม. (2549). การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาบทบาทของเยาวชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหาการสูบบุหรี่ในชุมชนบ้านม่วงคำ ตำบลอินทขิล อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เดลินิวส์ออนไลน์. (2562). 9 ธ.ค.ดีเดย์เปลี่ยนซองบุหรี่แบบเรียบ. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก <https://d.dailynews.co.th/politics/746038/>
- เดือนฉาย ปั่นป้อม. (2561). ผลการเรียนรู้อย่างมีส่วนร่วมต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเลิกสูบบุหรี่ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ทรงเกียรติ ปิยะกะ. (2547). ยี่มู้เรียนรู้อาเสพติด (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: มติชน.

- ธราเทพ โอชารส. (2554). รูปแบบการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ
อย่างมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลคาง อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสาร
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 5(2), 73-85.
- ธาดา เศรษฐบุตร. (2551). *การรับรู้ข่าวสารของวัยรุ่นต่อการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่* (วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธีราพร คงสุวรรณ, ตอยี๊ะ สะแลแม, และชลิตา รักกะเปา. (2563). ความชุกและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ
การสูบบุหรี่ของนักศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิทยาศาสตร์
สุขภาพแห่งประเทศไทย*, 3(1), 1-9.
- ธีระพงศ์ สุขสวัสดิ์. (2560). การเปิดรับการสื่อสารการตลาดเพื่อสังคมด้านการบริโภคยาสูบผ่านสื่อสังคม
ออนไลน์ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
รามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา*, 2(2), 27-38.
- ธีรังกูร วรบำรุงกุล, เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล, และมนตรี วิชัยวงศ์. (2564). พฤติกรรมและการประเมิน
ความเสี่ยงตนเองในการสูบบุหรี่ของกลุ่มบุคลากรและนักศึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพ
พรรณี จังหวัดจันทบุรี. *วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย*, 17(2), 66-79.
- นนทลี พรธาดาวิทย์. (2561). *สรุปองค์ความรู้ เรื่อง active learning*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2565,
จาก <https://www.teched.rmutt.ac.th/wp-content/uploads/2018/08/สรุปactive-learning.pdf>
- นพพรพรรณ ญาณโกมุท, ไชยรัตน์ ปราณี, และสิริพร ปาณางษ์. (2558). การพัฒนารูปแบบการนิเทศ
ภายในตามแนวคิดการศึกษาชั้นเรียนสำหรับโรงเรียนเอกชน. *วารสารวิชาการเครือข่าย
บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ*, 5(9), 25-40.
- นพวรรณ ศรีเกตุ. (2557). *การพัฒนารูปแบบการประเมินคุณภาพงานวิจัยปฏิบัติการในชั้นเรียน ของ
นิสิตปฏิบัติการสอนและฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ* (ปริญญา
นิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2551). *จิตวิทยาสังคมเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์, และฉัตรสมัน พงษ์นิญญ. (2560). *ผลิตภัณฑ์ยาสูบ: นโยบายและมาตรการการ
ควบคุมเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาบริหารงานสาธารณสุข คณะสาธารณสุขศาสตร์
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นิยม จันทร์นวล, และพลากร สืบสำราญ. (2559). สถานการณ์การสูบบุหรี่ของบุคลากรและนักศึกษา
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี: ภายใต้โครงการมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีปลอดบุหรี่. *วารสาร
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี*, 18(2), 1-10.

- บ้านเมือง. (2561). *กทม-สาธารณสุข สร้างประวัติศาสตร์ "สธ.- สสส."* ร่วมปั่นจักรยาน 4 ภาคเล็กบุหรี. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2564, จาก <https://www.banmuang.co.th/news/bangkok/117718>
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. (2542). *นวัตกรรมการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ภาควิชาเทคโนโลยีทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุญเลิศ ศุภติลก. (2558). *แนวทางการสื่อสารเพื่อการพัฒนา ในเอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารกับการพัฒนา: หน่วยที่ 2 สาขาวิชานิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประกิต วาทีสาธกกิจ. (2551). *การบ้าน การเมือง เรื่องบุหรี บันทึกลงไว้เป็นประวัติศาสตร์ 3* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: มูลนิธิธรรมาธิราชเพื่อการพัฒนา.
- ประกิต วาทีสาธกกิจ. (2555). *25 ปี มูลนิธิธรรมาธิราชเพื่อการพัฒนา: เพื่อสังคมไทยปลอดภัย*. กรุงเทพฯ: ดี.เค.โปรเซส.
- ประกิต วาทีสาธกกิจ. (2557). *วิจัยชี้ บุหรี ต้นเหตุโรคมะเร็ง*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://btc.ddc.moph.go.th/th/view.php?type=4&id=78>
- ประคอง นิมมานเหมินท์. (2552). *หนังสืออุเทศภาษาไทย ชุดบรรทัดฐานภาษาไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันภาษาไทย กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ.
- ประณต คำฉิม. (2549). *ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการเรียนและการสนับสนุนทางสังคม ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนิสิตคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปราโมทย์ จันทร. (2558). *แนวทางในการป้องกันและแก้ไขปัญหาอาชญากรรมในเขตพื้นที่สถานีตำรวจนครบาลบางโพธิ์พวง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ปานิสรา หาดขุนทด, ประวิทย์ สิมมาทัน, และสนิท เต็มเมืองชัย. (2563). *การพัฒนารูปแบบการเรียนรู้บนเว็บแบบที่มิวิเคราะห์ที่ส่งเสริมความสามารถในการคิดวิเคราะห์และการทำงานเป็นทีมสำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี*. *วารสารครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 17(1), 171-180.
- ผดุง จิตเจื้อจุน. (2562). *สถานการณ์ปัจจุบันของเด็กและเยาวชนไทย นำวิกฤตในอนาคตถึงหน้าเป็นห่วง*. สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.matichon.co.th/columnists/news_1313057
- ผ่องศรี ศรีมรกต, และรุ่งนภา ผาณิตรัตน์. (2548). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างความตระหนักในพิษภัยบุหรีสำหรับเยาวชนไทย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พนิดา จงสุขสมสกุล. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขของประชาชนในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 39(2), 85-103.

- พนิดา จงสุขสมสกุล. (2564ก). การพัฒนานวัตกรรมการสร้างเสริมสุขภาพพระสงฆ์อย่างมีส่วนร่วมของพระคิลานุปัฏฐาก. *มนุษยศาสตร์สาร.*, 22(2), 161-167.
- พนิดา จงสุขสมสกุล. (2564ข). *รู้เท่าทันการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พระครูสมุห์เผิ่น โจนรัมย์. (2557). *สาเหตุการเกิดอาชญากรรมภายในวัด: กรณีศึกษาวัดในอำเภอวัฒนานคร จังหวัดสระแก้ว* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- พระมงคลธรรมวิธาน, ประสิทธิ์ สระทอง, และจักรี บางประเสริฐ. (2561). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่และพฤติกรรมการเลิกสูบบุหรี่ของวัยรุ่นในเขตการปกครองฝั่งธนบุรี กรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal Silpakorn University*, 11(2), 2282-2309.
- พิจิตรพงศ์ สุนทรพิพิธ. (2559). *การใช้สื่อสังคมออนไลน์และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์อัจฉริยะที่มีผลต่อการสูบบุหรี่ในกลุ่มวัยรุ่นอายุระหว่าง 18-24 ปี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ.
- พิมพ์เพ็ญ ธนาคุณ. (2543). *ประสิทธิผลของเว็บไซต์โครงการณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญศรี ฉรินัง. (2559). แนวทางการป้องกันปัญหายาเสพติดในชุมชน พื้นที่เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(1), 39-49.
- โพสต์ทูเดย์. (2558). *ส.ยาสูบไทยเตือนบุหรี่ซองเรียบไม่ช่วยลดนักสูบ*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.posttoday.com/social/general/354447>
- ภัควรินทร์ ภัทศิริสมบุรณ์, พรนภา หอมสินธุ์, และรุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวศน์. (2563). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของนักศึกษาสาขาวิทยาศาสตร์สุขภาพมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารสาธารณสุขมหาวิทยาลัยบูรพา*, 15(3), 25-38.
- ภัทรระ เหล่ามีผล. (2558). *ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานด้านการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ของสถานีตำรวจภูธรในจังหวัดปทุมธานี* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มติชนออนไลน์. (2562a). *นักวิชาการยื่นรายงานมะกัน “บุหรี่ไฟฟ้า” ทำลายสุขภาพ-สิ่งแวดล้อม*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก https://www.matichon.co.th/local/quality-life/news_1708518
- มติชนออนไลน์. (2562b). *ผลวิจัยพบ บุหรี่ไฟฟ้าทำให้เสี่ยงโรคปอด แต่ยังไม่พอกว่าสูบบุหรี่มวน*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก https://www.Matichon.Co.Th/foreign/news_1821011.
- มานซีนิ, อาทีซีไอ. (2561). เราต่างเป็นนักออกแบบ: การออกแบบนวัตกรรมทางสังคมเจริญเกีย (รติ ธนสุขถาวร, ผู้แปล). นนทบุรี: อินีเครือข่ายนวัตกรรมสากล.

- มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. (2558). *โปสเตอร์ ภูเก็ตบุหรี่แล้ว หลวงพ่อคุณ*. สืบค้นเมื่อ 10 พฤษภาคม 2564, จาก http://www.smokefreezone.or.th/media_page/249/โปสเตอร์-ภูเก็ตบุหรี่แล้ว-หลวงพ่อคุณ.html
- มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. (2559). *เอกสารวันงดสูบบุหรี่โลก พ.ศ. 2559*. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2563, จาก http://www.ashthailand.or.th/th/no_tobacco_day_page.php?id=886
- รุ่งรัตน์ พรชัยพัฒนากร. (2540). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นในมหาวิทยาลัยของรัฐบาลและเอกชน เขตกรุงเทพมหานคร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ลักขณา เต็มศิริกุลชัย. (ม.ป.ป.). *การชี้แนะสาธารณะด้านสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2564, จาก <https://uto.moph.go.th/healthpro/Scripts/g/k/5.ppt>
- ลักขณาพร กรุงไกรเพชร, และกิตติ กรุงไกรเพชร. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อการสูบบุหรี่ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา*. *บูรพาเวชสาร*, 4(1), 21-30.
- ลุด, ร. (2555). *คัมภีร์นิกนวัตกรรมการมสสัน (ขจร ชีพพันธุ์งาม, Trans.)*. กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.
- วรรณชนก จันทชุม. (2549). *การพัฒนากลวิธีในการป้องกันการสูบบุหรี่ของนักเรียนโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม: กรณีศึกษาโรงเรียนขยายโอกาส ในจังหวัดกาฬสินธุ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วรัท ปทุมศรีวิโรจน์. (2561). *ผลกระทบของพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรังสิต*. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 4(2), 258-272.
- วรารัฐ กีฬาแปง. (2554). *ประสิทธิผลของสื่อรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในเยาวชนอายุระหว่าง 15-24 ปี (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต)*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.
- วิจิตรา กุสุมภ์, และสุลี ทองวิเชียร. (2562). *พฤติกรรมสูบบุหรี่และดื่มสุราของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในกรุงเทพมหานครและจังหวัดนครราชสีมา*. *วารสารพยาบาล*, 68(4), 30-38.
- วิภาณี ชีลัน. (2559). *การแพร่กระจายนวัตกรรมของศูนย์นวัตกรรมการเรียนรู้ ในการเรียนการสอนของวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต)*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิลาวรรณ ล้วนคงสมจิตร, บุสดี โสบุญ, นกตล พิมสาร, ปภาดา ราญอรอน, ยศ ตรีระวัฒนานนท์, และ ศรีเพ็ญ ตันติเวสส. (2565). *การประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ความปลอดภัยของผู้ป่วยและบุคลากรสาธารณสุข พ.ศ. 2561-2564*. นนทบุรี: โครงการประเมินเทคโนโลยีและนโยบายด้านสุขภาพ.

- ศิตกาล พรหมวิมานรัตน์. (2553). *การวิเคราะห์สถานการณ์การดูแลเด็กวัยรุ่นที่เป็นโรคติดยาเสพติด*
โรงพยาบาลทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ. (2561). *รีดภาษี “บุหรี่” เท่าไรก็ไม่พอ ค่าใช้จ่ายโรค*
จากบุหรี่พุ่งกว่า 2 แสนล้าน เก็บภาษีได้แค่ 6 หมื่นล้าน. สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2564, จาก
<https://www.trc.or.th/th/ข่าวสาร/ข่าวเผยแพร่/ข่าวสารบุหรี่/21-รีดภาษี-“บุหรี่”-เท่าไรก็ไม่พอ-ค่าใช้จ่ายโรคจากบุหรี่พุ่งกว่า-2-แสนล้าน-เก็บภาษีได้แค่-6-หมื่นล้าน.html>
- สถาบันมะเร็งแห่งชาติ. (2543). *บริษัทบุหรี่ของสหรัฐเดิมสารลดกลิ่นและควันในผลิตภัณฑ์*. สืบค้นเมื่อ
20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.ryt9.com/s/prg/234599>
- สมตระกูล ราศิริ. (2558). *รูปแบบกิจกรรมเพื่อควบคุมและป้องกันการสูบบุหรี่ของบุคลากรและ*
นักศึกษา วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธร จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารทันตภิบาล*, 26(2), 146-
161.
- สมพงษ์ จิตระดับ. (2557). *เด็กไทยวัยก๊ิก*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิชิทธรณ์.
- สยามรัฐออนไลน์. (2562). *สธ.เผยซองบุหรี่รูปแบบใหม่ เริ่มใช้ 10 ก.ย.นี้*. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2564
- สารณี เลไธสง. (2563). *ทักษะอะไรบ้างที่เด็กในศตวรรษที่ 21 จำเป็นต้องมี?* สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม
2566, จาก <https://wp.nrpsc.ac.th/21thcentskill/>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2560). *คนไทยตายจากบุหรี่ 5 หมื่นคน/ปี กระทบจี*
ดีพี 7.5 หมื่นล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 13 พฤศจิกายน 2562, จาก
<https://www.isranews.org/isranews-news/58284-smoking-58741.html>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ. (2564). *‘เรื่องลับวันพิศวง’ ป้องกันเยาวชนเป็น*
‘นักสูบน้ำใหม่’. สืบค้นเมื่อ 29 สิงหาคม 2564, จาก
<https://www.thaipost.net/main/detail/89971>
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2552). *การเสริมสร้างและป้องกันวัยรุ่นจากความเสี่ยง*.
กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. (2562). *ภาคีเครือข่ายส่งต่อความรู้การควบคุมยาสูบ ตั้งเป้าลดการ*
สูบร้อยละ 30 เน้นกลุ่มเยาวชน. สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2562, จาก
https://pr.moph.go.th/?url=pr/detail/2/04/128619/&fbclid=IwAR3PrZnqD_igj3RgEoiMRcVNGwdGY2IDhbSLHqL9BWQ4bOpnX7rY5DiV8Q
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2557ก). *จรณทักษะ*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566, จาก
<http://legacy.orst.go.th/?knowledges=จรณทักษะ-๒๐-มีนาคม-๒๕๕๗>

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2557ข). *ทักษะ*. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2566, จาก

<http://legacy.orst.go.th/?knowledges=ทักษะ-๑๙-มีนาคม-๒๕๕๗>

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580*. กรุงเทพฯ:

สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *สำนักงานสถิติฯ เผยผลสำรวจพฤติกรรมกรรมการสอบฯ พ.ศ. 2560*.

สืบค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2563, จาก

<http://www.nso.go.th/sites/2014/Pages/News/2561/N31-08-61-1.aspx>

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *ประโยชน์ยุทธศาสตร์ชาติแต่ละช่วงวัย*.

สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2565, จาก <http://nscr.nesdc.go.th/nsbenefit/>

สิริกร นามลาบุตร, และวารานิชฎ์ ลำไย. (2561). *ลักษณะของภัยแล้งมือสองที่เกิดจากการดื่มของ*

เยาวชนในสถานศึกษาแห่งหนึ่งในจังหวัดหนองคาย. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
สร้างเสริมสุขภาพ.

สุนนทิพย์ จิตสว่าง. (2551). *ความสัมพันธ์ของการเสพยาสูบกับอาชญากรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุระชัย ชูพกา. (2562). *หลักฐานรงค์: เปลี่ยนโลกได้ด้วยมือเปล่า*. กรุงเทพฯ: กู๊ดเฮด พรินต์ติ้งแอนด์
แพคเกจจิ้งกรุ๊ป.

สุรัตน์า พรวิวัฒน์ชัย. (2553). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการสอบฯ ของวัยรุ่น (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต)*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

สุวณิ สมานิ. (2556). *โครงการศึกษาเรื่อง การนำมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติเรื่องมาตรการในการควบคุม*

ปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านยาสูบไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมที่ระดับจังหวัดจริง. กรุงเทพฯ:

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ.

เสกสิทธิ์ สวรรยาธิปติ. (2554). *การกระทำผิดเกี่ยวกับทรัพย์สิน ยาเสพติด และชีวิตร่างกาย (คดี*

ร้ายแรง) ของเด็กและเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล: การศึกษาวิจัยโดยใช้

ทฤษฎีการควบคุมตนเอง (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาโทชั้นบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

เสถียร พูลผล. (2562). *การศึกษาพฤติกรรมกรรมการสอบฯ ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัย*

สยาม. Veridian E-Journal Silpakorn University 12(1), 1107 – 1125.

อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2542). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย.

- อรุณี ชุนหบดี, ธีรรัตน์ สุภานันท์, และกาญจนา พรหมทอง. (2563). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของ
ของเยาวชน ในสถานศึกษาจังหวัดตรัง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 39(5), 104-114.
- อ้อมใจ จิรพถศิริ. (2548). *ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสูบบุหรี่ของสตรีวัยรุ่น* (วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อศาสตร์: หลักการ แนวคิด นวัตกรรม*. ปทุมธานี: นคร.
- อานนท์ ฉัตรเงิน, และเกษมศานต์ โชติชาครพันธุ์. (2559). ลักษณะส่วนบุคคลและพฤติกรรมของผู้กระทำผิด
ซ้ำห้วงในคดีจำหน่ายยาเสพติด. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต*, 12(2), 71-86.
- Ahluwalia, J. S., McNagny, S. E., & Clark, W. S. (1998). Smoking cessation among inner-
city african americans using the nicotine transdermal patch. *J Gen Intern Med*,
13(1), 1-8. doi:10.1046/j.1525-1497.1998.00001.x
- Analytics in Action Ltd. (2020). *Theory of change vs logic model*. Retrieved June 20,
2022, from <https://analyticsinaction.co/theory-of-change-vs-logic-model>
- Andersen, K. (1971). *Persuasion: Theory and practice*. Boston: Allyn & Bacon.
- Andrea, C., Tricco, J. A., & Straus, S. E. (2015). *Systematic reviews vs. Rapid reviews: What's the difference?*, from
https://www.cadth.ca/sites/default/files/events/Andrea-Tricco_RR-vs-Systematic-Reviews_Feb-4-2015.pdf
- Andrews, J. O., Tingen, M. S., Jarriel, S. C., Caleb, M., Simmons, A., Brunson, J., . . .
Hurman, C. (2012). Application of a cbpr framework to inform a multi-level
tobacco cessation intervention in public housing neighborhoods. *Am J
Community Psychol*, 50(1-2), 129-140. doi:10.1007/s10464-011-9482-6
- Antognoli, E., Koopman Gonzalez, S., Trapl, E., Cavallo, D., Lavanty, B., Lim, R., & Flocke,
S. (2018). Cigarettes, little cigars, and cigarillos: Initiation, motivation, and
decision-making. *Nicotine & Tobacco Research*, 20(suppl_1), S5-S11.
doi:10.1093/ntr/nty099
- Baum, F., MacDougall, C., & Smith, D. (2006). *Participatory action research*. Retrieved
January 14, 2020, from <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/16973531/>
- Bettinghaus, E. P., & Cody, M. J. (1987). *Persuasive communication* (4th ed.). Holt:
Rinehart and Winston.
- British American Tobacco. (2018). *Plain packaging of tobacco product*. Retrieved
January 20, 2022, from <https://www.bat.com/plainpackaging>

- Burgess, D. J., Mock, J., Schillo, B. A., Saul, J. E., Phan, T., Chhith, Y., . . . Foldes, S. S. (2014). Culture, acculturation and smoking use in hmong, khmer, laotians, and vietnamese communities in Minnesota. *BMC Public Health, 14*, 791. doi:10.1186/1471-2458-14-791
- Charron, C. B., Hudani, A., Kaur, T., Rose, T., Florence, K., Jama, S., & Pakhalé, S. (2018). Assessing community (peer) researcher's experiences with conducting spirometry and being engaged in the 'participatory research in Ottawa: Management and point-of-care for tobacco-dependence' (prompt) project. *Res Involv Engagem, 4*, 43. doi:10.1186/s40900-018-0125-z
- Chinwong, D., Mookmanee, N., Chongpornchai, J., & Chinwong, S. (2018). A comparison of gender differences in smoking behaviors, intention to quit, and nicotine dependence among thai university students. *Journal of Addiction, 2018*, 8081670. doi:10.1155/2018/8081670
- Collins, L., Glasser, A. M., Abudayyeh, H., Pearson, J. L., & Villanti, A. C. (2019). E-cigarette marketing and communication: How e-cigarette companies market e-cigarettes and the public engages with e-cigarette information. *Nicotine Tob Res, 21*(1), 14-24. doi:10.1093/ntr/ntx284
- Danley, K., & Ellison, M. L. (1999). *A handbook for participatory action researchers*. Retrieved January 20, 2020, from https://escholarship.umassmed.edu/psych_cmhsr/470/
- Davis, S. M., & Reid, R. (1999). Practicing participatory research in american indian communities. *Am J Clin Nutr, 69*(4 Suppl), 755s-759s. doi:10.1093/ajcn/69.4.755S
- Escobedo, P., Cruz, T. B., Tsai, K. Y., Allem, J. P., Soto, D. W., Kirkpatrick, M. G., . . . Unger, J. B. (2018). Monitoring tobacco brand websites to understand marketing strategies aimed at tobacco product users and potential users. *Nicotine Tob Res, 20*(11), 1393-1400. doi:10.1093/ntr/ntx200
- Farmer, J., Carlisle, K., Dickson-Swift, V., Teasdale, S., Kenny, A., Taylor, J., . . . Gussy, M. (2018). Applying social innovation theory to examine how community co-designed health services develop: Using a case study approach and mixed methods. *BMC Health Serv Res, 18*(1), 68. doi:10.1186/s12913-018-2852-0

- Fernández-García, D., Ordás, B., Fernández-Peña, R., Bárcena-Calvo, C., Ordoñez, C., Amo-Setién, F. J., . . . Martínez-Isasi, S. (2020). Smoking in nursing students: A prevalence multicenter study. *Medicine (Baltimore)*, *99*(14), e19414. doi:10.1097/md.00000000000019414
- Flint, A. J., & Novotny, T. E. (1997). Poverty status and cigarette smoking prevalence and cessation in the united states, 1983-1993: The independent risk of being poor. *Tob Control*, *6*(1), 14-18. doi:10.1136/tc.6.1.14
- Garrity, C., Gartlehner, G., Nussbaumer-Streit, B., King, V. J., Hamel, C., Kamel, C., . . . Stevens, A. (2021). Cochrane rapid reviews methods group offers evidence-informed guidance to conduct rapid reviews. *Journal of Clinical Epidemiology*, *130*, 13-22. doi:https://doi.org/10.1016/j.jclinepi.2020.10.007
- Ghenadenik, A. E., Gauvin, L., & Frohlich, K. L. (2020). Smoking in young adults: A study of 4-year smoking behavior patterns and residential presence of features facilitating smoking using data from the interdisciplinary study of inequalities in smoking cohort. *Nicotine & Tobacco Research*, *22*(11), 1997-2005. doi:10.1093/ntr/ntaa035
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: An analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health Information & Libraries Journal*, *26*(2), 91-108.
- Hecker, R. (1997). Participatory action research as a strategy for empowering aboriginal health workers. *Aust N Z J Public Health*, *21*(7), 784-788. doi:10.1111/j.1467-842x.1997.tb01795.x
- Hefler, M., Kerrigan, V., Freeman, B., Boot, G. R., & Thomas, D. P. (2019). Using facebook to reduce smoking among australian aboriginal and torres strait islander people: A participatory grounded action study. *BMC Public Health*, *19*(1), 615. doi:10.1186/s12889-019-6918-7
- Henry, J., Dunbar, T., Arnott, A., Scrimgeour, M., Matthews, S., Murakami-Gold, L., & Chamberlain, A. (2002). *Indigenous research reform agenda: Rethinking research methodologies*. Casuarina, NT: Cooperative Research Centre for Aboriginal and Tropical Health.

- Herbert, C. P. (1996). Community-based research as a tool for empowerment: The haida gwaii diabetes project example. *Can J Public Health, 87*(2), 109-112.
- Holmes, L. M., Lea Watkins, S., Lisha, N. E., & Ling, P. M. (2019). Does experienced discrimination explain patterns of menthol use among young adults? Evidence from the 2014 San Francisco bay area young adult health survey. *Substance Use & Misuse, 54*(7), 1106-1114. doi:10.1080/10826084.2018.1560468
- Isip, U., & Calvert, J. (2020). Analyzing big tobacco's global youth marketing strategies and factors influencing smoking initiation by nigeria youths using the theory of triadic influence. *BMC Public Health, 20*(1), 377. doi:10.1186/s12889-020-8451-0
- Kavanagh, A., Daly, J., & Jolley, D. (2002). Research methods, evidence and public health. *Aust N Z J Public Health, 26*(4), 337-342. doi:10.1111/j.1467-842x.2002.tb00181.x
- Kingsbury, J. H., & Hassan, A. (2020). Community-led action to reduce menthol cigarette use in the African American community. *Health Promot Pract, 21*(1_suppl), 72s-81s. doi:10.1177/1524839919881143
- Krishnan-Sarin, S., Duhig, A. M., McKee, S. A., McMahon, T. J., Liss, T., McFetridge, A., & Cavallo, D. A. (2006). Contingency management for smoking cessation in adolescent smokers. *Exp Clin Psychopharmacol, 14*(3), 306-310. doi:10.1037/1064-1297.14.3.306
- Ling, P. M., & Glantz, S. A. (2002). Using tobacco-industry marketing research to design more effective tobacco-control campaigns. *Jama, 287*(22), 2983-2989. doi:10.1001/jama.287.22.2983
- Lipkus, I. M., Lyna, P. R., & Rimer, B. K. (1999). Using tailored interventions to enhance smoking cessation among African-Americans at a community health center. *Nicotine Tob Res, 1*(1), 77-85. doi:10.1080/14622299050011181
- MacDonald, C. (2012). Understanding participatory action research: A qualitative research methodology option. *The Canadian Journal of Action Research, 13*(2), 34-50.
- Mandil, A., BinSaeed, A., Ahmad, S., Al-Dabbagh, R., Alsaadi, M., & Khan, M. (2010). Smoking among university students: A gender analysis. *Journal of Infection and Public Health, 3*(4), 179-187.

- Miller, A., Massey, P. D., Judd, J., Kelly, J., Durrheim, D. N., Clough, A. R., . . . Siggers, S. (2015). Using a participatory action research framework to listen to aboriginal and torres strait islander people in Australia about pandemic influenza. *Rural Remote Health, 15*(3), 2923.
- Niederdeppe, J., Farrelly, M. C., & Wenter, D. (2007). Media advocacy, tobacco control policy change and teen smoking in Florida. *tobacco control, 16*(1), 47-52.
- O'Keefe, D. J. (1990). *Persuasion: Theory and research*. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Pain, R., Whitman, G., & Milledge, D. (2011). *Participatory action research toolkit*. Retrieved January 14, 2020, from <http://www.communitylearningpartnership.org/wp-content/uploads/2017/01/PARtoolkit.pdf>
- Parkinson, C. M., Hammond, D., Fong, G. T., Borland, R., Omar, M., Sirirassamee, B., . . . Thompson, M. (2009). Smoking beliefs and behavior among youth in malaysia and thailand. *American Journal of Health Behavior, 33*(4), 366-375.
- Perloff, R. M. (2003). *The dynamics of persuasion*. New Jersey: Mahwah.
- Prado, G. F., Lombardi, E. M., Bussacos, M. A., Arrabal-Fernandes, F. L., Terra-Filho, M., & Santos Ude, P. (2011). A real-life study of the effectiveness of different pharmacological approaches to the treatment of smoking cessation: Re-discussing the predictors of success. *Clinics (Sao Paulo), 66*(1), 65-71. doi:10.1590/s1807-59322011000100012
- Reitsma, M. B., Flor, L. S., Mullany, E. C., Gupta, V., Hay, S. I., & Gakidou, E. (2021). Spatial, temporal, and demographic patterns in prevalence of smoking tobacco use and initiation among young people in 204 countries and territories, 1990–2019. *The Lancet Public Health, 6*(7), e472-e481. doi:10.1016/S2468-2667(21)00102-X
- Rhule, E. L. M., & Allotey, P. A. (2020). Researching social innovation: Is the tail wagging the dog?. *Infectious Diseases of Poverty, 9*(1), 3. doi:10.1186/s40249-019-0616-7
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of innovations* (3rd ed.). New York: Macmillan.
- Shannon Sharp. (2021). *Logic models vs theories of change*. Retrieved June 20, 2022, from <https://cere.olemiss.edu/logic-models-vs-theories-of-change/>

- Smith, M. J. (1982). *Persuasion and human action: A review and critique of social influence theories*. Belmont, CA: Wadsworth.
- The Australian Institute of Family Studies. (2021). *What is theory of change?*. Retrieved June 20, 2022, from <https://aifs.gov.au/resources/practice-guides/what-theory-of-change>
- The Tangata Whenua Community & Voluntary Sector Research Centre. (2020). *Frameworks & approaches describe popular ways to gather and make sense of data*. Retrieved June 20, 2022, from <https://whatworks.org.nz/logic-model/>
- Tola Data. (2021). *Theory of change (toc) or logical framework?*. Retrieved June 20, 2022, from <https://www.toladata.com/blog/theory-of-change-vs-logical-framework/>
- Valdez, E. S., Skobic, I., Valdez, L., D, O. G., Korchmaros, J., Stevens, S., . . . Carvajal, S. (2020). Youth participatory action research for youth substance use prevention: A systematic review. *Subst Use Misuse, 55*(2), 314-328. doi:10.1080/10826084.2019.1668014
- Wackowski, O. A., Evans, K. R., Harrell, M. B., Loukas, A., Lewis, M. J., Delnevo, C. D., & Perry, C. L. (2018). In their own words: Young adults' menthol cigarette initiation, perceptions, experiences and regulation perspectives. *Nicotine & Tobacco Research, 20*(9), 1076-1084. doi:10.1093/ntr/ntx048
- Wakefield, M. A., Terry-McElrath, Y. M., Chaloupka, F. J., Barker, D. C., Slater, S. J., Clark, P. I., & Giovino, G. A. (2002). Tobacco industry marketing at point of purchase after the 1998 msa billboard advertising ban. *Am J Public Health, 92*(6), 937-940. doi:10.2105/ajph.92.6.937
- Watters, J., Comeau, S., & Restall, G. (2010). *Participatory action research*. Retrieved January 14, 2020, from http://umanitoba.ca/rehabsciences/media/par_manual.pdf
- World Health Organization. (2009). *Implementing smoke-free environments*. Retrieved January 20, 2020, from https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/44229/9789241563918_eng_full.pdf
- World Health Organization. (2013). *Who fctc indicator compendium*. Retrieved January 20, 2020, from <https://fctc.who.int/who-fctc/reporting/indicator-compendium>

World Health Organization. (2021). *Be inspired to quit: Success stories from ex-smokers in the region*. Retrieved January 20, 2022, from <https://www.who.int/westernpacific/news-room/feature-stories/item/be-inspired-to-quit-success-stories-from-ex-smokers-in-the-region>

Yong, H.-H., Hamann, S. L., Borland, R., Fong, G. T., Omar, M., & team, I.-S. p. (2009). Adult smokers' perception of the role of religion and religious leadership on smoking and association with quitting: A comparison between Thai Buddhists and Malaysian Muslims. *Social Science & Medicine*, 69(7), 1025-1031.





ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนครพนม

ภาคผนวก ก หนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

COA No. 446/2021
IRB No. P2-0274/2564



AF 08.09/5.0

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
99 หมู่ 9 ตำบลท่าโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก 65000 เบอร์โทรศัพท์ 05596 8642

หนังสือรับรองโครงการวิจัยครั้งแรก

คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ดำเนินการให้การรับรองโครงการวิจัยตามแนวทางหลักจริยธรรมการวิจัยในคนที่เป็นมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline และ International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH-GCP

ชื่อโครงการ : การวิจัยและพัฒนาวัคซีนทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันน้กสุบหน้าใหม่
ผู้วิจัยหลัก : นายณภดล ทิมสาร
สังกัดหน่วยงาน : คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร
วิธีทบทวน : การพิจารณาแบบเร่งรัด (Expedited Review)
รายงานความก้าวหน้า : ส่งรายงานความก้าวหน้าอย่างน้อย 1 ครั้ง/ปี หรือส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ หากดำเนินโครงการเสร็จสิ้นก่อน 1 ปี

เอกสารรับรอง

1. AF 01-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 20 มกราคม 2564
2. AF 02-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 20 มกราคม 2564
3. AF 03-10 เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 20 มกราคม 2564
4. AF 04-10 (สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก/ สำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม/ สำหรับการประเมินคุณภาพของนวัตกรรมทางสังคม) เวอร์ชัน 2.0 วันที่ 11 ตุลาคม 2564
5. AF 05-10 (สำหรับอายุ 20 ปีขึ้นไป/ สำหรับอายุ 13-19 ปี) เวอร์ชัน 2.0 วันที่ 11 ตุลาคม 2564
6. สรุปโครงการเพื่อการพิจารณาทางจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ เวอร์ชัน 2.0 วันที่ 11 ตุลาคม 2564
7. Full Proposal Research เวอร์ชัน 2.0 วันที่ 11 ตุลาคม 2564
8. ประวัติคณะผู้วิจัย เวอร์ชัน 1.0 วันที่ 20 มกราคม 2564

ภาคผนวก ข แนวคำถามสัมภาษณ์

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถามหลัก	แนวคำถาม
เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่	ปัจจัยที่ทำให้เกิดนักสูบบุหรี่ใหม่	นิยามของนักสูบบุหรี่ใหม่ คืออะไร เพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
		ท่านทราบหรือไม่ว่าปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์ต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่ เพราะเหตุใดท่านจึงคิดเช่นนั้น
		ในปัจจุบันมีโครงการใดบ้างที่พยายามป้องกัน รณรงค์เพื่อลดจำนวนนักสูบบุหรี่ใหม่ ท่านมีความคิดเห็นต่อโครงการเหล่านั้นอย่างไร
		ท่านทราบหรือไม่บริษัทหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับบุหรี่ ประชาสัมพันธ์หรือโฆษณาบุหรี่ในช่องทางใด
		นโยบายใดบ้างที่ท่านคิดว่ามีประสิทธิผลในการป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ เพราะเหตุใดท่านจึงคิดเช่นนั้น
		แม้จะมีงานวิจัยที่ศึกษาปัจจัยที่ศึกษาปัจจัย ความสัมพันธ์ และมีความพยายามลดจำนวนผู้สูบบุหรี่เป็นจำนวนมาก แต่เพราะเหตุใดจึงมีจำนวนผู้สูบบุหรี่ใหม่เพิ่มขึ้น
ต่อจากนี้ท่านหรือองค์กรของท่านมีนโยบายเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่อย่างไร		

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถามหลัก	แนวคำถาม
เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเริ่ม	โครงการ GenZ Strong	โปรดอธิบายความเป็นมาและโครงสร้างของโครงการ GenZ Strong
		รายละเอียดของการดำเนินงานกิจกรรมภายในโครงการ GenZ Strong เป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถามหลัก	แนวคำถาม
สูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่		การดำเนินงานในปัจจุบันของโครงการ GenZ Strong เป็นอย่างไร มีแผนการดำเนินงานอย่างไรบ้าง
		การสื่อสารภายในโครงการ GenZ Strong เป็นอย่างไร
		การสื่อสารโครงการ ประชาสัมพันธ์ไปยังประชาชน กลุ่มเป้าหมาย มีการดำเนินการอย่างไร
		ท่านคิดว่ามีข้อดี-ข้อเสีย ของการสื่อสารที่ผ่านมาหรือไม่ อย่างไร
		ท่านคิดว่ามีปัจจัยใดบ้างที่ทำให้โครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จ
		ท่านคิดว่าโครงการดังกล่าวจะดำเนินการต่อไปอย่างยั่งยืนในอนาคตหรือไม่ อย่างไร
		ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการดังกล่าวมีอะไรบ้าง วัดผลอย่างไร
		งบประมาณที่ใช้ในโครงการมีแหล่งที่มาอย่างไร และมีการจัดสรรอย่างไร

วัตถุประสงค์	ประเด็นคำถามหลัก	แนวคำถาม
เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเริ่มสูบบุหรี่ของนักสูบบุหรี่ใหม่	การถอดบทเรียน	ท่านคิดว่าหากจะนำโครงการ GenZ Strong ไปประยุกต์ใช้ในสถาบันระดับอุดมศึกษา สามารถดำเนินการได้หรือไม่ และควรดำเนินการอย่างไรให้ประสบความสำเร็จ
		นวัตกรรมที่เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินโครงการ GenZ Strong มีอะไรบ้าง และมีการนำไปใช้ประโยชน์อย่างไร
		ท่านคิดว่าควรดำเนินการอย่างไรให้การป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่มีประสิทธิภาพมากที่สุด
		ท่านคิดว่าควรพัฒนาการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่หรือไม่ อย่างไร

ภาคผนวก ค แบบประเมินนวัตกรรมทางสังคม



แบบประเมินนวัตกรรมทางสังคม

ส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง

“การวิจัยและพัฒนาวัตกรรมทางสังคมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันนักร้องหน้าใหม่”

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล สำหรับประกาศเกียรติคุณรายนามผู้เชี่ยวชาญในวิทยานิพนธ์

ชื่อ-สกุล.....

ตำแหน่งปัจจุบัน.....

หน่วยงาน.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเบื้องต้นของการวิจัย

แบบประเมินนวัตกรรมทางสังคมนี้ จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการประเมินและตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง หรือ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักร้องหน้าใหม่ โดยข้อมูลทั้งหมดผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการจัดกิจกรรมกลุ่มเพื่อระดมความคิดเห็น โดยมีผู้เข้าร่วมงานวิจัยเป็นผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารระดับกลาง ทั้งหน่วยงานด้านกิจการนักศึกษาและหน่วยงานด้านวิชาการ อาจารย์ประจำ และนักศึกษารวมเป็นจำนวน 97 คน

Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักร้องหน้าใหม่ เป็นนวัตกรรมทางสังคมของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือดังกล่าวเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของบุคลากรและนักศึกษาในการกำหนดผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลผลิต (Output) รูปแบบกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ปัจจัยนำเข้า (Input) ตลอดจนเงื่อนไขและอุปสรรคที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสื่อสารเพื่อป้องกันนักร้องหน้าใหม่ และเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการขับเคลื่อนการรณรงค์เพื่อป้องกันนักร้องหน้าใหม่ ของมหาวิทยาลัยต่อไป ทั้งนี้ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักร้องหน้าใหม่ ซึ่งผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นนั้น เป็นนวัตกรรมเฉพาะสังคมของมหาวิทยาลัยซึ่งผู้วิจัยใช้เป็นพื้นที่ต้นแบบในการศึกษาเท่านั้น

ตอนที่ 3 นิยามศัพท์เฉพาะ

ความเหมาะสม หมายถึง ความครอบคลุมของ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ในประเด็นของผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลผลิต (Output) รูปแบบกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ปัจจัยนำเข้า (Input) เงื่อนไขหรืออุปสรรค

ความเป็นไปได้ หมายถึง การนำประเด็นของผลกระทบ (Impact) เป้าประสงค์ (Outcome) ผลผลิต (Output) รูปแบบกิจกรรมและการสื่อสาร (Activity and Communication) ปัจจัยนำเข้า (Input) เงื่อนไขหรืออุปสรรค ไปสู่การปฏิบัติเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่

ตอนที่ 4 เกณฑ์การประเมิน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ แสดงระดับคะแนนที่มีต่อ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ ลงในช่องว่างที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความเหมาะสม หรือ ความเป็นไปได้ในระดับ มากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความเหมาะสม หรือ ความเป็นไปได้ในระดับ มาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความเหมาะสม หรือ ความเป็นไปได้ในระดับ ปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความเหมาะสม หรือ ความเป็นไปได้ในระดับ น้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความเหมาะสม หรือ ความเป็นไปได้ในระดับ น้อยที่สุด

(หากประเด็นใดข้างต้นที่มีความเหมาะสมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3 โปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับแก้ไขให้เหมาะสมและเป็นไปได้มากขึ้น)

หมวด	ประเด็น	ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว										

ข้อเสนอแนะอื่นๆ ต่อ Theory of Change การสื่อสารเพื่อป้องกันน้กสูญพันธุ์ใหม่

(หากประเด็นใดข้างต้นที่มีความเหมาะสมน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3

โปรดให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อปรับแก้ไขให้เหมาะสมและเป็นไปได้มากขึ้น)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

(ลงนาม).....

(.....)

ภาคผนวก ง ประเภทของการทบทวนวรรณกรรม

ระเบียบวิธี					
รูปแบบ	คำอธิบาย	การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	การวิเคราะห์
การทบทวนเชิงวิพากษ์ (Critical review)	<ul style="list-style-type: none"> - แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนได้ทบทวนวรรณกรรมอย่างรอบด้าน - มีการประเมินคุณภาพงานวิจัยและเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญทำงานก่อนหน้า หรือร่วมงานก่อนหน้า มาต่อยอดได้ - มักให้หลักฐานในรูปแบบของสมมติฐานหรือโมเดล 	ค้นหาอย่างครอบคลุมเพื่อแยกแยะสิ่งที่สำคัญที่สุดในประเด็นที่สนใจ	ไม่มีรูปแบบการประเมินคุณค่าที่ตายตัว	ค้นหาจุดเชื่อมโยงทางความคิดเพื่อรวบรวมหลักฐานที่มีอยู่หรือสร้างทฤษฎีใหม่	
การทบทวนวรรณกรรม (Literature review หรือ Narrative review)	<ul style="list-style-type: none"> - common characteristics are that a literature review published literature have been subject to (มีการตรวจสอบ, ควบคุม) a peer-review process. 	อาจมีการค้นหาที่ครอบคลุมหรือไม่ครอบคลุมก็ได้	อาจมีการประเมินคุณภาพหรือไม่ก็ได้	โดยทั่วไปไม่เป็นการบรรยาย	อาจวิเคราะห์ตามลำดับเหตุการณ์, แนวคิด, หัวข้อ
Mapping review/ systematic map	<ul style="list-style-type: none"> - เกิดขึ้นจาก Evidence for Policy and Practice Information and Coordinating Centre (EPPI-Centre), Institute of Education, London - เป็นการกำหนดที่และจัดหมวดหมู่วรรณกรรมที่มีอยู่ในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่ง เพื่อระบุ/หาช่องว่างในงานวิจัย 	มีการกำหนดขอบเขตหรือเวลา	ไม่มีการประเมินคุณภาพอย่างเป็นทางการ	แบบกราฟิกหรือตาราง	วิเคราะห์เชิงปริมาณหรือคุณภาพของวรรณกรรมขึ้นอยู่กับการออกแบบการเก็บข้อมูล
การทบทวนแบบผสม Mixed studies	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการผสมผสานวิธีการทบทวนวรรณกรรม - อาจผสมรูปแบบได้ก็ได้ เช่น การทบทวน 	ใช้การค้นหาที่ very sensitive	มีการประเมินคุณภาพโดยอาจเป็นเครื่องมือการ	มักเป็นแบบบูรณาการทั้งกราฟิก ตาราง และการ	วิเคราะห์ลักษณะของวรรณกรรมทั้งเชิงปริมาณ

ระเบียบวิธี					
รูปแบบ	คำอธิบาย	การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	การวิเคราะห์
review/mixed methods review	วรรณกรรมอย่างเป็นระบบ ร่วมกับการสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หรือ quantitative effectiveness review and a qualitative review เป็นต้น	search เพื่อดึงข้อมูลการศึกษาทั้งหมด	ประเมินโดยทั่วไปหรือสร้างขึ้นเพื่อตรวจสอบโดยเฉพาะ	พรรณนา	และคุณภาพ ตลอดจนมองหาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะของวรรณกรรมกับการวิเคราะห์ที่หาช่องว่างในประเด็นศึกษา ที่อาจปรากฏในวรรณกรรมเรื่องหนึ่ง แต่ไม่ปรากฏในวรรณกรรมอีกเรื่องหนึ่ง
การทบทวนแบบภาพรวม Overview	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการสรุปภาพรวมของวรรณกรรม (Medical) เพื่อค้นหาและอธิบายคุณลักษณะ (characteristics) - Overview สามารถสรุปภาพรวมของหัวข้อ/ประเด็นที่สนใจอย่างกว้าง ๆ ได้ ดังนั้น จึงเป็นประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้ที่เริ่มศึกษาในประเด็นนั้น ๆ เป็นครั้งแรก 	อาจเป็นการค้นหาที่ครอบคลุมหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับถึงค้นหาภาพรวมแบบเป็นระบบหรือไม่ (depends whether systematic overview or not)	อาจมีการประเมินคุณภาพหรือไม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับถึงค้นหาภาพรวมแบบเป็นระบบหรือไม่	- การสังเคราะห์ขึ้นอยู่กับว่าพบทวนภาพรวมแบบเป็นระบบหรือไม่ - โดยทั่วไปมักเป็นการพรรณนา และตาราง	อาจวิเคราะห์ตามลำดับเหตุการณ์, แนวคิด, หัวข้อ
การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเชิงคุณภาพ / การสังเคราะห์หลักฐานเชิงคุณภาพ Qualitative systematic review/qualitative evidence	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นวิธีการที่ค้นหาหรือเปรียบเทียบข้อค้นพบงานการศึกษาเชิงคุณภาพ - พยายามค้นหา “แก่นเรื่อง (Theme)” และ “โครงสร้าง (Constructs)” ของการศึกษาเชิงคุณภาพ - ‘qualitative systematic review’ มีพื้นฐานทางประวัติศาสตร์มาจาก การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ โดยเมื่อทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแล้ว พบว่างานวิจัย 	อาจใช้การค้นหาที่เลือกหรือสุ่มตัวอย่าง เป็นเฉพาะเจาะจง (May employ selective or purposive sampling)	การประเมินคุณภาพมักใช้ในกรณีที่ไม่สามารถหาจุดเชื่อมโยงได้ (Quality assessment typically used to mediate messages not	การสังเคราะห์แบบพรรณนา (narrative synthesis) หรือ เชิงคุณภาพ	การวิเคราะห์ที่แก่นสาระ (Thematic analysis) รวมถึงแนวคิดและรูปแบบ

รูปแบบ	คำอธิบาย	ระเบียบวิธี			การวิเคราะห์
		การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	
synthesis	ปฐมภูมิ (Primary Research) มีการอธิบายความเป็นพรพัฒนา แต่ไม่ได้อธิบายในเชิงสถิติ จึงอาจเรียกว่า qualitative systematic review		for inclusion/exclusion)		
Rapid review	<p>- Cochrane Rapid Reviews Method ได้เสนอคัมมิตติงต่อไปนี้ "รูปแบบของการสังเคราะห์ความรู้ที่เร่งกระบวนการของการดำเนินการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบดั้งเดิมผ่านการปรับปรุงหรือละเว้นวิธีการเฉพาะเพื่อผลิตหลักฐานสำหรับผู้มีส่วนได้เสียในลักษณะการใช้ทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ.</p> <p>- การประเมินสิ่งที่ทราบอยู่แล้วเกี่ยวกับปัญหา ด้านนโยบายหรือการปฏิบัติ (Assessment of what is already known about a policy or practice issue)</p> <p>- โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเพื่อค้นหาและประเมินงานวิจัยที่มีอยู่อย่างมีวิจารณญาณ (by using systematic review methods to search and critically appraise existing research)</p>	<p>- ความสมบูรณ์ของการค้นหาลูกจำกัดโดยระยะเวลา (Completeness of searching determined by time constraints)</p> <p>- ใช้การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเพื่อค้นหาและประเมินคุณภาพในระยะเวลาที่จำกัด (Uses systematic review methods to search and appraise results within a time-constrained setting)</p> <p>- ไม่ครอบคลุมเท่าการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Not as comprehensive as a systematic review.)</p>	มีการประเมินคุณภาพอย่าง เป็นทางการ โดยมีข้อจำกัด ด้านระยะเวลา (Time-limited formal quality assessment)	มักใช้การพรรณนาและตาราง	วิเคราะห์ปริมาณของวรรณกรรมและคุณภาพ โดยภาพรวม / จิตทางของผลกระทบในวรรณกรรมหรืองานวิจัย (Quantities of literature and overall quality/direction of effect of literature)

รูปแบบ	คำอธิบาย	ระเบียบวิธี			
		การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	การวิเคราะห์
Scoping review	<p>- เป็นการประเมินเบื้องต้นเกี่ยวกับขนาดและขอบเขตของวรรณกรรมที่มีอยู่ในปัจจุบัน (Preliminary assessment of potential size and scope of available research literature)</p> <p>- มีวัตถุประสงค์เพื่อระบุลักษณะ (nature) และ ขอบเขต (extent) ของหลักฐานการวิจัย (research evidence)</p>	<p>- ความสมบูรณ์ของการค้นหา</p> <p>กำหนดโดยจำกัดของเวลาและขอบเขต (Completeness of searching determined by time/scope constraints)</p> <p>- อาจมีข้อจำกัดของงานวิจัยที่อยู่ในระหว่างการทำดำเนินการด้วย (May include research in progress)</p>	<p>ไม่มีการประเมินคุณภาพอย่างเป็นทางการ</p>	<p>มักสังเคราะห์เป็นรูปแบบตาราง ร่วมกับมีการพรรณนาเล็กน้อย</p>	<p>อธิบายลักษณะถึงปริมาณและคุณภาพของวรรณกรรม ขึ้นอยู่กับรูปแบบการศึกษาและลักษณะเฉพาะอื่น ๆ (Characterizes quantity and quality of literature, perhaps by study design and other key features.)</p>
State-of-the-art review	<p>- State-of-the-art reviews คือ การทบทวนองค์ความรู้ที่จำเป็น</p> <p>- อาจกล่าวถึงประเด็นที่เป็นปัจจุบัน และอาจชี้ให้เห็นถึงช่องว่างหรือพื้นที่ของการวิจัยเพิ่มเติม (May offer new perspectives on issue or point out area for further research)</p> <p>ขั้นตอนการทำ (กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, 2561)</p> <p>1) จัดตั้งคณะทำงาน (Core Group State-</p>	<p>- มีจุดมุ่งหมายเพื่อค้นหาวรรณกรรมในปัจจุบันอย่างครอบคลุม (Aims for comprehensive searching of current literature)</p>	<p>ไม่มีการประเมินคุณภาพ</p>	<p>มักสังเคราะห์เป็นการพรรณนา โดยอาจมีการใช้ตารางร่วมด้วย</p>	<p>วิเคราะห์ถึงความสำคัญและสถานะในปัจจุบันขององค์ความรู้เพื่อใช้ในการวิจัยในอนาคต (Current state of knowledge and priorities for future investigation and research)</p>

รูปแบบ	คำอธิบาย	ระเบียบวิธี			การวิเคราะห์
		การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	
การทบทวนวรรณกรรม อย่างเป็นระบบ Systematic review	คำอธิบาย of-the-art reviews) 2) กำหนดกรอบแนวทง/ประเด็นในการทบทวน และคำสำคัญ 3) สืบค้นบทความและงานวิจัย 4) อ่าน วิเคราะห์ จัดทำลุ่มรายงาน ตีพิมพ์ เผยแพร่ - ค้นหาวรรณกรรมเพื่อประเมินและสังเคราะห์ อย่างเป็นระบบ - ยึดมั่นกับแนวทง/รูปแบบที่กำหนดในการ ทบทวนวรรณกรรม	มีจุดมุ่งหมายการค้นหาที่ละเอียด ถี่ถ้วนและครอบคลุม (Aims for exhaustive, Comprehensive searching)	มีการประเมินคุณภาพโดย อาจกำหนดเกณฑ์ในการตัด เข้า/ตัดออก (Quality assessment may determine Inclusion /exclusion	สังเคราะห์อย่างเป็นระบบ ตามข้อคำถามที่ตั้งขึ้นและ หลักฐานที่มี	สิ่งที่ได้รับ คือ คำแนะนำ สำหรับการปฏิบัติ (recommendations for practice) สิ่งที่จะ ไม่ได้รับ คือ ความไม่ แน่นอนของผลการวิจัย (uncertainty around findings) ข้อเสนอแนะสำหรับการ วิจัยในอนาคต (recommendations for future research)
Systematic search and review	- เป็นการรวมจุดแข็งของการทบทวนวรรณกรรม เชิงวิพากษ์กับกระบวนการค้นหาที่ครอบคลุม (Combines strengths of critical review with a comprehensive	มีจุดมุ่งหมายการค้นหาที่ละเอียด ถี่ถ้วนและครอบคลุม (Aims for exhaustive, Comprehensive	อาจมีหรือไม่มีการประเมิน คุณภาพก็ได้	มักสังเคราะห์เป็นรูปแบบ ตาราง โดยมีการพรรณนา เล็กน้อยมาก	สิ่งที่สังเคราะห์ คือ คำแนะนำ สำหรับการปฏิบัติ (recommendations for practice) และ

รูปแบบ	คำอธิบาย	ระเบียบวิธี			การวิเคราะห์
		การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	
	<p>search process.)</p> <ul style="list-style-type: none"> - ขอบเขตกว้าง ๆ ของการทบทวนวรรณกรรมประเภทนี้ คือการผสมผสานรูปแบบการทบทวนวรรณกรรมหลายรูปแบบ ซึ่งจะทำให้เห็นภาพที่สมบูรณ์ของงานวิจัยได้ดีกว่าการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเพียงอย่างเดียว เนื่องจากมักค้นหาเฉพาะการทดลองที่มีการควบคุม (RCT) 	searching)			ข้อจำกัด (Limitations)
การประมวล/จัดระเบียบ อย่างเป็นระบบ Systematized review	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นความพยายามในการทำการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ แต่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานทั้งหมด (Attempts to include elements of the systematic review process without meeting all of the standards for a systematic review) - มักเป็นงานของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา (May be more appropriate for an individual project, such as a postgraduate student assignment.) 	อาจค้นหาอย่างครอบคลุมหรือไม่ก็ได้ (May or may not include comprehensive searching)	อาจมีหรือไม่มี การประเมินคุณภาพก็ได้	มักสังเคราะห์เป็นการพรรณนา โดยอาจมีการใช้ตารางร่วมด้วย	สิ่งที่ขาดไป คือ ความไม่แน่นอน และข้อจำกัดของระเบียบวิธีวิจัย (uncertainty around findings; limitations of methodology)
Umbrella review	= review of review	- ศึกษาเฉพาะส่วน โดยไม่ศึกษาจาก	- มีการประเมินคุณภาพ	ใช้กราฟิกและตาราง	สิ่งที่ขาดไป คือ

รูปแบบ	คำอธิบาย	ระเบียบวิธี			
		การค้นหา	การประเมินค่า	การสังเคราะห์	การวิเคราะห์
	<ul style="list-style-type: none"> - เป็นการทบทวนวรรณกรรมโดยศึกษาจาก review หลาย ๆ ชิ้น แล้วรวมให้เป็นชิ้นเดียว - มุ่งเน้นประเด็นที่กว้าง 	การวิจัยปฐมภูมิ	การศึกษา ในแต่ละองค์ประกอบ หรือการประเมินตนเอง	ร่วมกับการประชุม	ข้อเสนอแนะสำหรับการปฏิบัติ สิ่งที่จะไม่ทราบ คือ ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งถัดไป

ที่มา: Grant & Booth, 2009

ภาคผนวก จ ตารางข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบแบบเร็ว (Rapid Review)

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	อายุกลาง	เพื่อพัฒนา/ความ เพิลิติน	ราคาของพื้นที่	ความเครียด	ครอบครัว
1	Antognoli, E., Koopman Gonzalez, S., Trapl, E., Cavallo, D., Lavantby, B., Lim, R., & Flocke, S.	2018	USA	qualitative research	1	1	1	0	0
2	Coleman, S., Gaalema, D. E., Nighbor, T. D., Kurti, A. A., Bunn, J. Y., & Higgins, S. T.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
3	Debchoudhury I, Ling P, Sacks R, Farley SM.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
4	Fernández-García, D., Ordás, B., Fernández- Peña, R., Bárcena-Calvo, C., Ordoñez, C., Amo- Setién, F. J., Gómez- Salgado, J., & Martínez- Isasi, S.	2020	Spain and Portugal	quantitative research	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ race/ethnicity	อายุ	เพื่อน	แก๊งมอน	เพศ
1	Antognoli, E., Koopman Gonzalez, S., Trapl, E., Cavallo, D., Lavantby, B., Lim, R., & Flocke, S.	2018	USA	qualitative research	0	0	1	0	0
2	Coleman, S., Gaalema, D. E., Nighbor, T. D., Kurti, A. A., Bum, J. Y., & Higgins, S. T.	2019	USA	quantitative research	1	1	0	0	1
3	Debchoudhury i, Ling P, Sacks R, Farley SM.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
4	Fernández-García, D., Ordás, B., Fernández-Peña, R., Bárcena-Calvo, C., Ordoñez, C., Arno-Setién, F. J., Gómez-Salgado, J., & Martínez-Isasi, S.	2020	Spain and Portugal	quantitative research	0	0	1	0	1

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	ระดับการศึกษา	รายได้เดือน	ทัศนคติที่ต่อการสูญพันธุ์	ความรู้เกี่ยวกับพันธุ์	การเข้าถึงพันธุ์
1	Antognoli, E., Koopman Gonzalez, S., Trapl, E., Cavallo, D., Lavanty, B., Lim, R., & Flocke, S.	2018	USA	qualitative research	0	0	1	1	0
2	Coleman, S., Gaalema, D. E., Nighbor, T. D., Kurti, A. A., Bunn, J. Y., & Higgins, S. T.	2019	USA	quantitative research	0	1	0	0	0
3	Debchoudhury I, Ling P, Sacks R, Farley SM.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
4	Fernández-García, D., Ordás, B., Fernández-Peña, R., Bárcena-Calvo, C., Orlóñez, C., Amo-Setién, F. J., Gómez-Salgado, J., & Martínez-Isasi, S.	2020	Spain and Portugal	quantitative research	0	0	1	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	เครื่องมือเอกซอค์	การใช้สารเสพติดอื่น	ความเจ็บป่วยทางจิต (mental illness)	การรับรู้ความสามารถของ ตนเองในการหลีกเลี่ยงการ สูบบุหรี่	กลยุทธ์การตลาด (การโฆษณา การส่งเสริมการขาย packaging ฯลฯ)
1	Antognoli, E., Koopman Gonzalez, S., Trapl, E., Cavallo, D., Lavanty, B., Lim, R., & Flocke, S.	2018	USA	qualitative research	0	0	0	0	0
2	Coleman, S., Gaalema, D. E., Nighbor, T. D., Kurti, A. A., Burn, J. Y., & Higgins, S. T.	2019	USA	quantitative research	1	1	1	0	0
3	Debchoudhury J, Ling P, Sacks R, Farley SM.	2019	USA	quantitative research	1	0	0	0	0
4	Fernández-García, D., Ordás, B., Fernández-Peña, R., Baicena-Calvo, C., Ordoñez, C., Arno-Setién, F. J., Gómez-Salgado, J., & Martínez-Isasi, S.	2020	Spain and Portugal	quantitative research	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	อาทนีอยู่ในพื้นที่ที่มีร้านค้าปลีกหรือร้านกาแฟ	การสูญเสียจากภาวะสงคราม losing someone due to the war	บุคลิกของ/หน้าที่ของ บุพรี	การไป bars/clubs ปอยๆ	โรคประจำตัว	บุคลิกภาพ
1	Antognoli, E., Koopman Gonzalez, S., Trapl, E., Cavallo, D., Laverty, B., Lim, R., & Flocke, S.	2018	USA	qualitative research	0	0	0	0	0	0
2	Coleman, S., Gaalema, D. E., Nighbor, T. D., Kurti, A. A., Burn, J. Y., & Higgins, S. T.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0	0
3	Debchoudhury I, Ling P, Sacks R, Farley SM.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0	0
4	Fernandez-Garcia, D., Ordás, B., Fernandez-Peña, R., Bárcena-Calvo, C., Ordóñez, C., Amo-Setién, F. J., Gómez-Salgado, J., & Martínez-Isasi, S.	2020	Spain and Portugal	quantitative research	0	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	อาการลง	เพื่อพักผ่อน/ความ เพลิดเพลิน	ราคาของপুরี	ความเครียด	ครอบครัว
5	Ghenadenik, A. E., Gauvin, L., & Frohlich, K L.	2020	Montreal, Canada	quantitative research	0	1	1	0	0
6	Hautala, D., Sittner, K., & Walls, M.	2020	United States and Canada	quantitative research	0	0	0	0	0
7	Holmes, L. M., Lea Watkins, S., Lisha, N. E., & Ling, P. M.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
8	Johnson SE, Coleman B, Tessman GK, Dickinson DM.	2017	USA	qualitative research	0	1	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ race/ethnicity	อายุ	เพื่อน	อ้างอิง	เพศ
5	Ghenadenik, A. E., Gauvin, L., & Frohlich, K. L.	2020	Montreal, Canada	quantitative research	0	0	1	0	0
6	Hautala, D., Sittner, K., & Walls, M.	2020	United States and Canada	quantitative research	0	0	0	0	1
7	Holmes, L. M., Lea Watkins, S., Lisha, N. E., & Ling, P. M.	2019	USA	quantitative research	1	0	0	0	0
8	Johnson SE, Coleman B, Tessman GK, Dickinson DM.	2017	USA	qualitative research	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	ระดับการศึกษา	รายได้เดือน	ทัศนคติที่ต่อการสูญพันธุ์	ความรู้เกี่ยวกับบุพร	การเข้าถึงบุพร
5	Ghenadenik, A. E., Gauvin, L., & Frohlich, K. L.	2020	Montreal, Canada	quantitative research	0	0	0	0	1
6	Hautala, D., Sittner, K., & Walls, M.	2020	United States and Canada	quantitative research	1	1	0	0	0
7	Holmes, L. M., Lea Watkins, S., Lisha, N. E., & Ling, P. M.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
8	Johnson SE, Coleman B, Tessman GK, Dickinson DM.	2017	USA	qualitative research	0	0	1	1	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	เรื่องที่เกี่ยวข้องออกออด	การใช้สารสนเทศอื่น	ความเจ็บป่วยทางจิต (mental illness)	การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูญพระ	กลยุทธ์การตลาด (การโฆษณา การส่งเสริมการขาย packaging ฯลฯ)
5	Ghenadenik, A. E., Gauvin, L., & Frohlich, K. L.	2020	Montreal, Canada	quantitative research	0	0	0	0	1
6	Hautala, D., Sittner, K., & Walls, M.	2020	United States and Canada	quantitative research	0	0	0	0	0
7	Holmes, L. M., Lea Watkins, S., Lisha, N. E., & Ling, P. M.	2019	USA	quantitative research	0	0	0	0	0
8	Johnson SE, Coleman B, Tessiman GK, Dickinson DM.	2017	USA	qualitative research	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีร้านค้าปลีกหรือทาน้ำมัน	การสูญเสียจากภาวะสงคราม losing someone due to the war	รูปลักษณ์/หน้าตา/สีผิวของ ผู้หญิง	การไป bars/clubs น้อยๆ	โรคประจำตัว	บุคลิกภาพ
5	Gheradenik, A. E., Gauvin, L., & Frohlich, K L.	2020	Montreal, Canada	quantitative research	1	0	0	0	0	0
6	Hautala, D., Sittner, K, & Walls, M.	2020	United States and Canada	quantitative research	0	0	0	0	0	0
7	Holmes, L. M., Lea Watkins, S., Lisha, N. E., & Ling, P. M.	2019	USA	quantitative research	0	0	1	0	0	0
8	Johnson SE, Coleman B, Tessman GK, Dickinson DW.	2017	USA	qualitative research	0	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	อยากรอง	เพื่อพัฒนา/ความ ผลิตเพิ่ม	ราคาของบุหรี	ความเครียด	ครอบครัว
9	Kakaje, A., Alhalabi, M. M., Alyousbashi, A., Ghareeb, A., Hamid, L., & Al-Tammemi, A. B.	2021	Syria	quantitative research	0	0	0	1	0
10	Lund, I., & Scheffels, J.	2018	Norway	quantitative research	0	0	0	0	0
11	Wackowski, O. A., Evans, K. R., Harrel, M. B., Loukas, A., Lewis, M. J., Delnevo, C. D., & Perry, C. L.	2018	USA	qualitative research (focus groups)	1	0	0	0	0
12	Xu Y, Yang Y, Ma X.	2018	China	quantitative research	0	0	0	1	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	เชื้อชาติ/ชาติพันธุ์ race/ethnicity	อายุ	เงื่อนไข	แก้งวงมอน	เพศ
9	Kakaje, A., Alhalabi, M. M., Alyousbashi, A., Ghareeb, A., Hamid, L., & Al-Tammemi, A. B.	2021	Syria	quantitative research	0	0	0	0	1
10	Lund, I., & Scheffels, J.	2018	Norway	quantitative research	0	0	0	0	0
11	Wackowski, O. A., Evans, K. R., Harrell, M. B., Loukas, A., Lewis, M. J., Delnevo, C. D., & Perry, C. L.	2018	USA	qualitative research (focus groups)	0	0	0	0	0
12	Xu Y, Yang Y, Ma X.	2018	China	quantitative research	0	0	0	0	1

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	ระดับการศึกษา	รายได้เดือน	ทัศนคติต่อการสูงบุหรี	ความสัมพันธ์กับบุหรี	การเข้าถึงบุหรี
9	Kakaje, A., Alhalabi, M. M., Alyoubashi, A., Ghareeb, A., Hamid, L., & Al-Tammemi, A. B.	2021	Syria	quantitative research	0	1	0	0	0
10	Lund, I., & Scheffels, J.	2018	Norway	quantitative research	0	0	0	0	0
11	Wackowski O. A., Evans, K. R., Harrell, M. B., Loukas, A., Lewis, M. J., Delnevo, C. D., & Perry, C. L.	2018	USA	quantitative research (focus groups)	0	0	1	1	0
12	Xu Y, Yang Y, Ma X.	2018	China	quantitative research	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	เรื่องที่เกี่ยวข้อง	การใช้สารสนเทศอื่น	ความเจ็บป่วยทางจิต (mental illness)	การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูญผู้	กลยุทธ์การตลาด (การโฆษณา การส่งเสริมการขาย packaging ฯลฯ)
9	Kakajic, A., Alhalabi, M. M., Alyoubashi, A., Ghareeb, A., Hamid, L., & Al-Tammemi, A. B.	2021	Syria	quantitative research	0	0	0	0	0
10	Lund, I., & Scheffels, J.	2018	Norway	quantitative research	0	0	0	0	0
11	Wackowski, O. A., Evans, K. R., Harrell, M. B., Loukas, A., Lewis, M. J., Delhevo, C. D., & Perry, C. L.	2018	USA	qualitative research (focus groups)	0	0	0	0	1
12	Xu Y, Yang Y, Ma X.	2018	China	quantitative research	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ประเทศที่เกี่ยวข้อง	ระเบียบวิธีวิจัย	อาศัยอยู่ในพื้นที่ที่มีระดับความรุนแรงสูงหรือไม่	การสูญเสียจากภาวะสงคราม losing someone due to the war	ถูกยิง/บาดเจ็บ/เสียชีวิต เพราะ	การไป bars/clubs บ่อยๆ	โรคประจำตัว	บุคลิกภาพ
9	Kekje, A., Alhalabi, M. M., Alyoubashi, A., Ghareeb, A., Hamid, L., & Al-Tammemi, A. B.	2021	Syria	quantitative research	0	1	0	0	0	0
10	Lund, I., & Scheffels, J.	2018	Norway	quantitative research	0	0	1	0	0	0
11	Wackowski, O. A., Evans, K. R., Harrell, M. B., Loukas, A., Lewis, M. J., Deinevo, C. D., & Perry, C. L.	2018	USA	qualitative research (focus groups)	0	0	0	0	0	0
12	Xu, Y., Yang, Y., Ma, X.	2018	China	quantitative research	0	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	อยากลง	ลดความเครียด	ครอบครัว	อายุ	เพื่อน
1	สมตระกูล ราที	2558	ภาคกลาง	วิจัยผสมผสาน (ปริมาณ-คุณภาพ)	0	1	0	0	1
2	จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ บุญชนัญญา พงษ์ไริชา กันยารัตน์ ธวัชชัยเจริญยิ่ง นฤญา ยางสิงสาร	2562	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
3	ณัฐพงศ์ ครองรัตน์ ณัฐพร ปวงคำ ณัฐริกา ตาลป่า และคณะ	2563	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
4	ธีรภัทร วรบำรุงกุล เชษฐ รัชดาพรธรมวิไลกุล มนตรี จิตย์วงษ์	2564	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	แฟ้มวงนอน	เพศ	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติที่มีต่อการสูบบุหรี่
1	สมตระกูล ราตี	2558	ภาคกลาง	วิจัยผสมผสาน (ปริมาณและคุณภาพ)	1	0	0	0	0
2	จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ บุญตงณีฐา พงษ์เสรีธา กัญการ์ตัน ธวัชชัยเจริญยิ่ง นพญา ยงธิดาร	2562	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1	1	1	1
3	ณัฐพงศ์ ครองรัตน์ ณัฐพร ปวงคำ ณัฐริกา ตาลป่า และคณะ	2563	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	1
4	ธีรวัชร วรบำรุงกุล เชษฐ รัตดาพรธนาธิกุล มมตรี วิชียงวาช	2564	ภาคตะวันออกเฉียง	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	ความเกี่ยวข้องกับบุพหุ	การเข้าถึงบุพหุ	เครื่องตั้งแอลกอฮอล์	การใช้สารเสพติดอื่น	การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่
1	สมณะกุล ราที	2558	ภาคกลาง	วิจัยผสมผสาน (ปริมาณและคุณภาพ)	0	0	0	0	0
2	จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ บุญชัยฉวีลา พงษ์เสรีธา กัญการ์ตัน ธวัชชัยเจริญยิ่ง นฤญา ยงธิดาร	2562	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	1	0	0	0
3	ฉัฐพงศ์ ครองรัตน์ ฉัฐพร ปวงคำ ฉัฐริกา ตาลป่า และคณะ	2563	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	0	0	0	0
4	ธีรวัชร วรบำรุงกุล เพชร รัตดาพรรมภักกุล มมตรี วิชยวงษ์	2564	ภาคตะวันออกเฉียง	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	โรคประจำตัว	บุคลิกภาพ
1	สมตระกูล ราชสี	2558	ภาคกลาง	วิจัยผสมผสาน (ปริมาณ+คุณภาพ)	0	0
2	จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ บุญชนัญญา พงษ์ปรีชา กันยารัตน์ วัชชัยเจริญยิ่ง นฤญา ยางธิสรา	2562	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
3	ณัฐพงศ์ ครองรัตน์ ณัฐพร ปวงคำ ณัฐริกา ตาลป่า และคณะ	2563	ภาคเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	0
4	ธีรภัทร วรบำรุงกุล เชษฐ รัชดาพรธนาธิกุล มนตร์ วิชยวงษ์	2564	ภาคตะวันออกเฉียง	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	แก้งานสอน	เพศ	ระดับการศึกษา	รายได้ต่อเดือน	ทัศนคติที่ต่อการสอบบุหรี
5	เสถียร ชูสอด และคณะ	2562	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
6	อ้อยทิพย์ บัวจันทร์ และเมวดี ศรีมงคล	2557	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
7	จิราพร คงสุวรรณ ดอญี๊ะ สะแลแม ซลิดา รักกะแปา และคณะ	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1	0	0	0
8	พระมงคลธรรมวิธาน ประสิทธิ์ สระทองจักรี บางประเสริฐ	2561	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1	0	0	0
9	อรุณี ชุมทับดี วิชารัตน์ สุภานันท์ กาญจนา พรหมทอง	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1	0	0	1

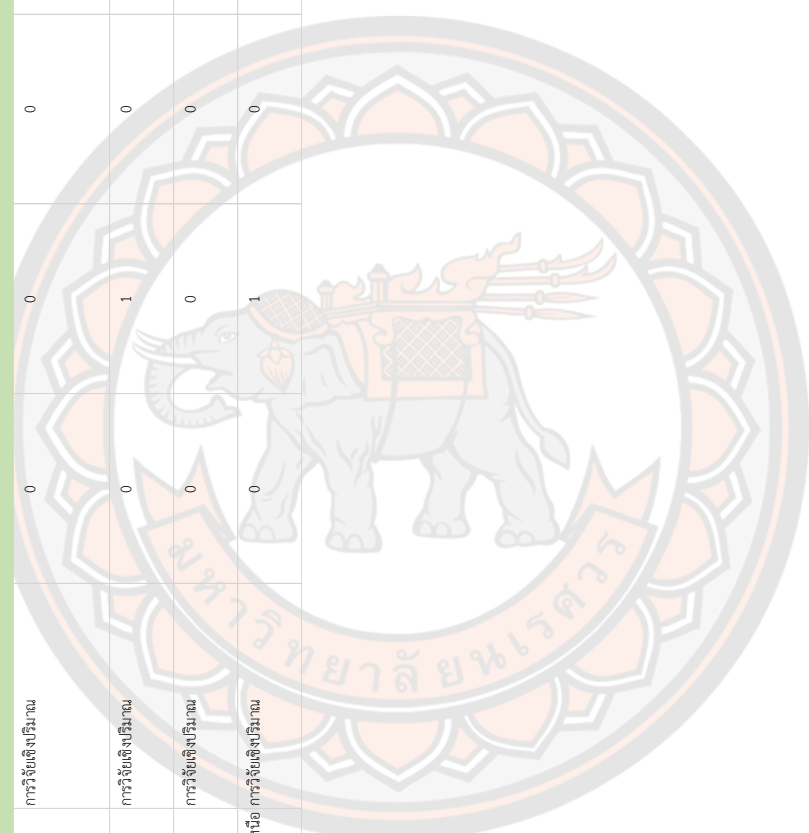
ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	อยุ่กลาง	ลดความเครียด	ครอบครัว	อายุ	เพื่อน
5	เสถียร พูลผล และคณะ	2562	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	0	0	0	1
6	อ้อยทิพย์ บัวจันทร์ และเมวดี ศรีมงคล	2557	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	1	0	0	1
7	จิราพร คงสุวรรณ ดอญี๊ะ สะแลแม พนิดา รักกะปะา และคณะ	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	1
8	พระมงคลธรรมวิธาน ประสิทธิ์ สระทอง จิกรี บาบประเสริฐ	2561	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
9	อรุณี ชูเนนบัติ จิตร์ตัน สุภานันท์ ภาณุวงษา พรหมทอง	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	1

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	ความสัมพันธ์กับบุพหุ	การเข้าถึงบุพหุ	เครื่องตั้งแอลกอฮอล์	การใช้สารเสพติดอื่น	การรับรู้ความสามารถของตนเองในการหลีกเลี่ยงการสูบบุหรี่
5	เสถียร ชูผล และคณะ	2562	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
6	อ้อยทิพย์ บัวจันทร์ และมวดี ศรีมงคล	2557	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
7	จิราพร คงสุวรรณ ดอญี น๊ะ สะแตม ซลิดา รักกะเปา และคณะ	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	1	0	0
8	พระมงคลธรมวิธาน ประสิทธิ์ สระทองจักรี บางประเสริฐ	2561	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
9	อรุณ ชุมทนต์ ธิตารัตน์ สุภานันท์ กาญจนา พรหมทอง	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	โรคประจำตัว	บุคลิกภาพ
5	เสถียร พูลผล และคณะ	2562	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
6	อ้อยทิพย์ บัวจันทร์ และเมวดี ศรีมงคล	2557	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
7	ธีราพร คงสุวรรณ ตอยี๊ยะ สะแลแม ชลิตา รักกะเปา และคณะ	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
8	พระมงคลธรรมวิธาน ประสิทธิ์ สระทอง จักรี บางประเสริฐ	2561	กรุงเทพฯ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
9	อรุณี ชุนหบดี ธิดารัตน์ สุภานันท์ กาญจณา พรหมทอง	2563	ภาคใต้	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	อยากลง	ลดความเครียด	ครอบครัว	อายุ	เพื่อน
10	ภักวีรินทร์ ภักวีศรีสมบูรณ์ พรนภา หอมสินธุ์ รุ่งรัตน์ ศรีสุริยวัฒน์	2563	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	1	0	1
11	ลักษณะพร กรุงไกรเพชร และ กิตติ กรุงไกรเพชร	2560	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	1	1	0	0	0
12	วิจิตรา กุสุมภ์ และสุสลิ ทอง วิเชียร	2562	กรุงเทพฯ และภาค ตะวันออกเชิงพื้นที่	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	1	0	0
13	นิยม จันทร์นวล และพลากร สืบสำราญ	2559	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	1	1	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	แก้ง่าม	เพศ	ระดับการศึกษา	รายชื่อเดือน	ทัศนคติที่ต่อการสุบบุหรี่
10	ภัทรวรินทร์ ภัทราธิสมบุญ พรมภา หอมสินธุ์ รุ่งรัตน์ ศรีสุโขทัย	2563	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	1
11	สังฆนารถ กรุงไกรเพชร และ กิตติ กรุงไกรเพชร	2560	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1	0	1	0
12	วิจิตรา กุศลนัมภ์ และสุดี ทอง วิเชียร	2562	กรุงเทพฯ และภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
13	นิรม จันทร์มงคล และพลากร สืบสำราญ	2559	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	1	0	0	1



ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	ความรู้เกี่ยวกับบุพหุ	การเข้าถึงบุพหุ	เครื่องต้นแมลงออกออล	การใช้สารสนเทศอื่น	การรับรู้ความเสถียรภาพของ ตนเองในการหลีกเลี่ยงการ สูญพันธุ์
10	ภัทรวรินทร์ ภัทรวรรณ พรมมา ทอมสินธุ์ รุ่งรัตน์ ศรีชัยยศน์	2563	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	1	1
11	สังฆฉวพร กรุ๊ปกรเพชร และ กิตติ กรุ๊ปกรเพชร	2560	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
12	วิจิตร ภูภูมิ และสุดี ทอง วิเชียร	2562	กรุงเทพฯ และภาค ตะวันออกเชิงพื้นที่	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0
13	นิม จันทร์นวล และพลากร สืบสำราญ	2559	ภาคตะวันออกเชิงพื้นที่	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0	0	0	0

ลำดับ	ผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	ภูมิภาค	ระเบียบวิธีวิจัย	โรคประจำตัว	บุคลิกภาพ
10	ภัทรวรินทร์ ภัทราศรีสมบุญรัตน์ พรนภา ทอมสินธุ์ รุ่งรัตน์ ศรีสุริยเวศน์	2563	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
11	ลักษณะนาพร กรุงไกรเพชร และ กิตติ กรุงไกรเพชร	2560	ภาคตะวันออก	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
12	วิจิตรา กุสมภ์ และสุดี ทอง วิเชียร	2562	กรุงเทพฯ และภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0
13	นิยม จันทรวงศ์ และทลการ สืบสำราญ	2559	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	การวิจัยเชิงปริมาณ	0	0

ภาคผนวก ฉ ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับโครงการปกป้อง GenZ จาก การสูบบุหรี่ เพื่อถอดบทเรียนการรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่

1. ความเป็นมาของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เป็นหน่วยงานสำคัญในการขับเคลื่อนการสื่อสารเพื่อ รณรงค์ให้ประชาชนไม่สูบบุหรี่ โดยโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ได้เปิดตัวอย่างเป็นทางการในวันงดสูบบุหรี่โลก 31 พฤษภาคม 2559 ด้วยการปล่อยคลิป์วิดีโอ Gen Z Gen Strong ผ่านเครือข่าย Social Media ทั้ง Facebook YouTube และ Instagram โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ ทุกภาคส่วน ร่วมกันเผยแพร่รณรงค์และประชาสัมพันธ์ ร่วมสร้าง Generation Z ปลอดบุหรี่ และ สร้างกระแสสังคมให้ร่วมกันปกป้องเด็กและเยาวชนไทย โดยเฉพาะกลุ่มเด็ก Generation Z ไม่ให้ ริเริ่มสูบบุหรี่

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ในช่วงปี 2559 – 2561 เป็นช่วงเริ่มต้นของการ ขับเคลื่อนโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ โดยยังไม่ได้รับงบประมาณสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) แต่ขับเคลื่อนโดยการจัดเป็น กิจกรรมย่อยและใช้งบประมาณของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ได้รับอนุมัติมาแล้ว โดย แผนปฏิบัติการระยะ 3 ปีของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ จะเริ่มตั้งแต่ปี 2562 – 2564

“...เพราะว่า 59, 60 เนี่ยมันเป็นในส่วนของที่กิจกรรมเวลาที่เรากำลังเริ่มต้น ยังไม่ได้ ยังไม่ได้เขียนแผนเป็นของสนับสนุนจาก สสส. มันเป็นแค่ตัวแคมเปญนิ่งภายใต้แผนใหญ่ ของมูลนิธิเท่านั้นเอง พอประกาศตัว Gen Z มา พอเริ่มมีทิศทาง หรืออะไรต่าง ๆ พอปิด แผนเดิมเนี่ย แผนใหม่ก็คือตั้งแต่ปี 62, 63, 64 เนี่ยเป็นอะไรที่เกี่ยวข้องกับมีโครงการ Gen Z อย่างละ 3 ปี...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NLO1)

ก่อนหน้าที่จะมีโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบ ุหรี่ยังไม่ได้มีการวางแผนเพื่อรณรงค์โดยแยกตามกลุ่มผู้รับสารเหมือนเช่นในปัจจุบัน โดยการ ออกแบบกิจกรรมรณรงค์จะเน้นตอบโต้กับกลยุทธ์การสื่อสารที่บริษัทบุหรี่ใช้ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในแต่ละช่วง โดยเป็นการวางแผนกิจกรรมรณรงค์ระยะสั้น ดำเนินการเป็นช่วงเวลา ที่จำกัด ไม่มีการวางแผนระยะยาวเหมือนเช่นในปัจจุบัน

“...ยังไม่มีคำว่า Gen เลยก่อน 59 ยังไม่มีคำว่า Gen มาเกี่ยวข้อง เป็นกิจกรรม ป้องกันนักสูบหน้าใหม่ ใช้คำว่าป้องกันนักสูบหน้าใหม่ แต่ว่าใช้เป็นช่วง event ช่วงกระแส ช่วง season ก็คือว่าถ้าในส่วนของบริษัทบุหรี่เขามีกิจกรรมไหนที่มันปูทางมาทั่วโลกอะ เขาจะมีแพลนของเขาอยู่แล้วว่า ok ช่วงนี้เป็น เขาอาจจะมีการ 18+ เขาจะมี สติ๊กเกอร์ 18+ ให้กับร้านค้า คำว่า 18+ ก็คือไม่ขายให้เด็กที่อายุต่ำกว่า 18 แต่ว่าคำว่า 18+ เนี่ยจริง ๆ ให้ความรู้สึก ว่า ถ้าฉันสูบบุหรี่ได้ ฉันจะเป็นผู้ใหญ่ มันเป็นการกระตุ้นเด็ก นั่นคือโครงการที่เขาทำ ของบริษัทบุหรี่ที่เขาเคยทำมา เพราะฉะนั้นเราก็เลยจะมีกิจกรรม มาให้เด็กคิดว่า ok แล้วแต่ มันจะไม่ได้ มันจะไม่มีโครงการที่เป็นแบบตายตัวแบบ Gen Z ที่เป็นแผนระยะยาวขนาดนี้ มันเป็น event by event...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NLO1)

2. หลักการณรงค์ของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลหลักการณรงค์ของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่โดยประยุกต์กรอบแนวคิดจาก สุระชัย ชูพกา (2562) เป็นหลักการดาว 5 แฉก ซึ่ง ประกอบไปด้วยหลักการสำคัญ ดังนี้



2.1 เข้าใจปัญหา วางแผนการณรงค์

มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เริ่มต้นวางแผนและพัฒนาโครงการด้วยเล็งเห็นถึงปัญหาของการดำเนินกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบุหรี่ที่มุ่งเน้นการสร้างประสบการณ์ ทัศนคติ การรับรู้และจูงใจให้วัยรุ่นอยากลองสูบบุหรี่ ประกอบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่ และข้อมูลจากประสบการณ์ที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน

ว่า กลุ่มนักสูบหน้าใหม่ จะมีอายุระหว่าง 15 - 19 ปี และมีแนวโน้มที่อายุจะน้อยลงเรื่อย ๆ ดังนั้น มูลนิธิธรรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการรณรงค์เพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่เป็น เยาวชนอายุระหว่าง 7 – 20 ปี หรือเรียกว่ากลุ่ม Gen Z ทั้งนี้การกำหนดกลุ่มอายุดังกล่าว อาจไม่ สอดคล้องกับข้อมูลทางวิชาการ เนื่องจากมีการใช้ข้อมูลสนับสนุนเรื่องกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้า ของบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายบุหรี่เป็นสำคัญ

“...นักสูบหน้าใหม่ก็คือ ในส่วนของกลุ่มเป้าหมายของบริษัทบุหรี่นะ ยิ่งอายุน้อย เท่าไหร่ ยิ่งเป็นนักสูบหน้าใหม่ของเขาเท่านั้น จะไม่ใช่คนอายุเยอะที่เป็น คือ คนสูบบุหรี่ ่อะ อายุมันต่ำลงเรื่อย ๆ นะ คือแต่ก่อนเราสำรวจอัตราการสูบบุหรี่ 15 ปีขึ้นไปใช้มัย แต่ ช่วงหลังเนี่ยบางที่สำนักงานสถิติแห่งชาติก็ยัง 15-18 หรือ 15-19 อยู่ แต่ว่าโดยความเป็นจริงนะ เด็กเริ่มสูบบุหรี่อายุน้อยลง ป.5-ป.6 บางพื้นที่ก็มีแล้ว ในต่างจังหวัดเด็กเข้าถึงบุหรี่ ได้ง่าย มันโลก Social หรือว่าในเรื่องของถึงภาษาบุหรี่แพง แต่ว่าการได้มาซึ่งบุหรี่ กับบุหรี่ ไฟฟ้า มันค่อนข้างได้มาง่าย ๆ เพราะฉะนั้น range เราเนี่ยตั้งแต่ 7 จนถึง 20 ปี...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NL01)

นอกจากนี้ ข้อมูลจากการทบทวนเอกสารการประชุมโครงการ Gen Z Gen Strong ไม่สูบ ในวันที่ 22 เมษายน 2559 พบว่ามีการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอสถานการณ์การสูบบุหรี่ในคนอายุต่ำกว่า 24 ปีและในกลุ่มนักเรียน ตลอดจนมีการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนนักสูบหน้าใหม่ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต สะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ มีการ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการดำเนินงานอย่างรอบด้าน โดยอาศัยข้อมูลทั้งที่เป็นทางการ คือ สถิติ และการคาดการณ์แนวโน้มในอนาคตจากหลักฐานเชิงประจักษ์ และข้อมูลที่ไม่เป็นทางการ คือ การ สื่อสารการตลาดของบริษัทผู้ผลิตบุหรี่ ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดนี้ช่วยให้หน่วยงานผู้ดำเนิน โครงการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจปัญหาได้อย่างถูกต้อง และสามารถนำไปวางแผนการรณรงค์ ต่อไปได้

2.2 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

เมื่อได้ทำความเข้าใจกับปัญหาที่เกิดขึ้นของนักสูบหน้าใหม่แล้ว มูลนิธิธรรรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่จึงวางแผนการรณรงค์ ทั้งการจัดกิจกรรมและการสื่อสารโครงการเพื่อให้สามารถเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายที่เป็น Gen Z ให้ได้มากที่สุด โดยเริ่มต้นจากจัดตั้งคณะทำงาน เพื่อศึกษาบริบทและ สภาพแวดล้อมของ Gen Z จนพบว่าวิถีชีวิตของกลุ่มคน Gen Z จะมีโทรศัพท์มือถือเปรียบเสมือน ปัจจัยที่ 5 ของการดำรงชีวิต ดังนั้นบริบทและสภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตต่อกลุ่ม

คน Gen Z คือ สังคมออนไลน์ ด้วยเหตุนี้กิจกรรมและการสื่อสารของโครงการจึงมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นสำคัญ

“...คณะทำงานดูว่ามันจะมีปัจจัยไหน หรือว่ามันจะมีกระบวนการอะไรที่เราจะทำงานกับ Gen Z ก็ไปดูในเรื่องของบริบท life style กับช่วงที่ตอนปี 59 ที่เราเริ่มโครงการมาในเรื่องของ life style ของเด็ก Gen Z เนี่ย ก็เป็นเด็กที่ เด็กรุ่นใหม่ อยู่ในโลกของ Social เป็นส่วนใหญ่เลย มี smart phone เป็นอวัยวะที่ 33 เพราะฉะนั้นในเรื่องของตัวกิจกรรม Activity หรือแม้แต่ในเรื่องของตัวข้อมูลอะไรต่าง ๆ ที่เราจะเป็นอย่างหนึ่ง Strategy ที่เราจะลงไปกับ Gen Z เนี่ย มันก็คงไม่หนีไปในส่วนของที่เป็น เน้นกิจกรรมผ่านโลก Social เป็นหลัก...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NL01)

จากนั้น คณะทำงานจึงเริ่มวางกลยุทธ์การสื่อสารโดยเริ่มจากการเลือก Key Message เพื่อใช้ในการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยเลือกใช้คำว่า “Gen Z Gen Strong” เนื่องจากกลุ่มคน Gen Z เป็นกลุ่มคนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง มีการสร้างเอกลักษณ์หรือตัวตนเพื่อแสดงออกอย่างชัดเจน การเลือก Key Message ดังกล่าวจะเชื่อมโยงไปสู่ตัวตนของกลุ่มคน Gen Z ว่าการเลือกที่จะไม่สูบบุหรี่นั้นอยู่ที่ตัวเอง สามารถเลือกทางเดินของชีวิตได้ด้วยตัวเอง

เมื่อได้ Key Message ซึ่งเปรียบเสมือน “สาร” ที่สำคัญในการรณรงค์แล้ว คณะทำงานจึงเลือก “ผู้ส่งสาร” โดยใช้กลุ่มนักแสดงหลักจากซีรีส์ Hormone วัยว้าวุ่น ซึ่งเป็นกลุ่มนักแสดงที่มีชื่อเสียงในช่วงเวลาดังกล่าว เข้ามาทำการสื่อสารไปยังกลุ่มคน Gen Z โดยบูรณาการช่องทางการสื่อสารทั้งทางออนไลน์ และออฟไลน์ เช่น การแถลงข่าวเปิดตัวโครงการ การจัดกิจกรรมเสวนา การเผยแพร่คลิปวิดีโอผ่านทาง Facebook YouTube การเผยแพร่ infographic ผ่าน Instagram ของนักแสดง เป็นต้น ซึ่งการเลือกผู้มีอิทธิพลทางความคิดมาใช้ในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจในการรณรงค์อันจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางทัศนคติ พฤติกรรม เป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารมวลชน อันจะเห็นได้จากข้อมูลการรับชมและการเข้าถึง ซึ่งนับเป็นหนึ่งในสิ่งสะท้อนความสำเร็จของการสื่อสารได้ โดยคลิปวิดีโอที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์คลิปแรกของโครงการรณรงค์นี้มีสถิติที่สำคัญคือ Facebook: ยอดรับชม 87,298 / เข้าถึงแล้ว 925,369 และ YouTube: ยอดรับชม 17,031 Share: 314

“...เราก็เลือกพรีเซนเตอร์ในช่วงนั้นค่อนข้างบูมมากของ hormones ก็ไปได้พียงของ นาดาวเนี่ยมาเป็นผู้กำกับให้ เรื่องของตัวแคมเปญก็วางแผนในเรื่องของ story board

กับเรื่องพรีเซนเตอร์ ก็ได้ key message มาเป็นเรื่องของ Gen Z Gen Strong เลือกไม่สูบ คือทำยังไงให้ เพราะว่า ให้รู้สึกว่าเป็นเด็ก Gen Z เนี่ยเขา ความ life style มีตัวตนในตัวเอง เชื่อมมั่นในตัวเองสูง เพราะฉะนั้นสิ่งที่เราจะเป็น key ที่จะเชื่อมไปถึงเขาก็คือในเรื่องของการที่เขาคิดเอง ทำเอง แล้วก็เลือกเอง ก็ไปใช้ว่า Gen Z Gen Strong เลือกไม่สูบ เพราะว่าตัวเขาเองเนี่ยเลือกไม่สูบ”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NL01)



รูปภาพส่วนหนึ่งของการสื่อสารเพื่อรณรงค์ของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่

2.3 ทุนสนับสนุนในการรณรงค์

งบประมาณของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ หรือ สสส. ดังนั้นการดำเนินงานของโครงการปกป้อง GenZ จากการสูบบุหรี่ จึงใช้งบประมาณจาก สสส. ด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและการวางแผนสื่อสารโครงการข้างต้น จะเห็นได้ว่า ทางโครงการฯ ใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียงและทีมงานมืออาชีพเข้ามาทำการรณรงค์ ซึ่งอาจมีข้อจำกัดในการเบิกจ่ายงบประมาณได้ แต่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ทางโครงการฯ ได้ใช้ความสัมพันธ์อันดีระหว่างหน่วยงานและบุคคล ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานและลดภาระงบประมาณ โดยมีการพิจารณาการใช้งบประมาณให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพสูง และคุ้มค่าที่สุด มากกว่าการยึดติดกับข้อจำกัดของกฎเกณฑ์ด้านการเบิกจ่ายงบประมาณจนไม่อาจขับเคลื่อนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพได้

“...มันต้องดีในเรื่องของเขาเรียกว่ามันมี relationship ส่วนตัวอยู่ประมาณหนึ่งกับคนในวงการหรืออะไรอย่างนี้ มันต้องหาอย่างนั้นไปค่ะ คนไหนที่เราเอื้อมไม่ถึง ก็คือเอื้อมไม่ถึง แต่คนไหนที่เราเอื้อมถึง คุยได้เราก็ ok เราก็คุย เราก็จอยอะไรประมาณนี้ มูลนิธิเราเคยทำงานรณรงค์ไม่สูบบุหรี่มา 30 กว่าปี มันก็มี connection กับคนในวงการหลากหลาย เราก็คุยกับเขาได้...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NL01)

ข้อมูลจากการทบทวนรายงานประจำปีของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในประเด็นการดำเนินงานตามแผนควบคุมยาสูบ พ.ศ. 2559 พบว่ามีการรายงานผลการดำเนินงานด้านการสนับสนุนพลังสังคมผ่านภาคีเครือข่ายรณรงค์สร้างความตระหนักถึงประเด็นการไม่สูบบุหรี่ใน 6 ประเด็น คือ 1) บ้านปลอดบุหรี่ 2) สารสำคัญในร่างพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ อาทิ การห้ามการสื่อสารการตลาดในสื่อต่าง ๆ และการโฆษณาโดยใช้ชื่อบริษัทบุหรี่ การห้ามขายบุหรี่ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการห้ามขายบุหรี่แก่เด็กและเยาวชน 3) Gen Z Gen Strong ไม่สูบบุหรี่ 4) ซองบุหรี่แบบเรียบ ลดภัยเงียบ ลดโรค 5) 3 ล้าน 3 ปี เลิกบุหรี่ทั่วไทย เทิดไท้องค์ราชัน และ 6) นโยบายควบคุมยาสูบกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นข้อมูลที่สอดคล้องกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

2.4 กิจกรรมการณรงค์

กิจกรรมของโครงการปกป้อง Gen Z จากการสูบบุหรี่ มีการออกแบบและดำเนินกิจกรรมอย่างหลากหลาย แต่สามารถจำแนกได้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ กิจกรรมที่คิดและพัฒนาจากส่วนกลาง และกิจกรรมที่คิดและพัฒนาจากกลุ่มคน Gen Z ที่เข้าร่วมโครงการ

กิจกรรมที่คิดและพัฒนาจากส่วนกลาง จะเริ่มจากบุคลากรในมูลนิธิณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ เสนอความคิดกับทีม โดยคณะทำงานแบ่งย่อยเป็น 2 คณะ คือ คณะทำงานด้านวิชาการ และคณะทำงานด้านกระบวนการ ซึ่งจะเป็นผู้สนับสนุน พัฒนา ออกแบบ และดำเนินกิจกรรมจริง ประเด็นสำคัญในการคัดเลือกบุคลากรที่จะเข้ามาปฏิบัติหน้าที่เป็นวิทยากรของโครงการฯ จะต้องเป็นวิทยากรรุ่นใหม่ น่าสนใจ เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับกลุ่มคน Gen Z ที่เข้าร่วมกิจกรรมได้เป็นอย่างดี

กิจกรรมที่คิดและพัฒนาจากกลุ่มคน Gen Z ที่เข้าร่วมโครงการ จะเริ่มจากรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม และแสดงความคิดเห็นผ่านทางคณาจารย์ หรือพูดคุยโดยตรงกับบุคลากรของมูลนิธิณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ จากนั้นคณะทำงานจึงมีการระดมความคิด จัดสรรงบประมาณ และออกแบบกิจกรรมเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการ แต่ยังคงคำนึงถึงความเหมาะสมของบริษัท สถานการณ์และองค์ความรู้ด้านบุหรี่ที่จะได้รับการเข้าร่วมกิจกรรมด้วย

ข้อมูลที่น่าสนใจของกิจกรรมการณรงค์โครงการปกป้อง Gen Z จากการสูบบุหรี่ คือ การสร้างแรงจูงใจให้กับนักเรียน จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกและการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง พบว่า นักเรียน ที่เข้าร่วมโครงการฯ มีความสนใจและกระตือรือร้นในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยไม่มีการบังคับจากครูอาจารย์หรือโรงเรียน ทางโครงการฯ ได้ใช้กลยุทธ์ในการสร้างแรงบันดาลใจผ่านรุ่นสู่รุ่น เปิดโอกาสให้นักเรียน ที่เข้าร่วมโครงการฯ ได้แสดงศักยภาพและความสามารถอย่างเต็มที่ ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่ทางโครงการฯ จัดทำขึ้น เช่น การจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับประเทศในภูมิภาคอาเซียน การจัดกิจกรรมร่วมกับศิลปิน นักแสดงที่มีชื่อเสียง การเดินทางเพื่อร่วมกิจกรรมข้ามจังหวัด ฯลฯ ซึ่งพัฒนาให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดลักษณะที่พึงประสงค์ คือ กล้าคิด กล้าทำ กล้าแสดงออกในสิ่งที่เหมาะสมถูกต้อง ผสมผสานการใช้สัญญาณเพื่อแสดงอัตลักษณ์ของนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการฯ เช่น เสื้อที่แตกต่างกันในแต่ละรุ่น ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ และเป็นแรงบันดาลใจให้รุ่นน้องอยากดำเนินรอยตามรุ่นพี่

กลยุทธ์ของกิจกรรมการณรงค์อีกประการหนึ่ง คือ การพัฒนาแกนนำคณาจารย์ และแกนนำเยาวชน โดยทางโครงการฯ เรียกกลยุทธ์นี้ว่า กลยุทธ์ดาวกระจายไร้ควัน เป็นการพัฒนาคณาจารย์และเยาวชนจนสามารถเป็นต้นแบบ และแกนนำในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลใกล้ชิดในการลด ละ เลิกบุหรี่ อีกทั้งยังสามารถป้องกันนักสูบหน้าใหม่ได้ เนื่องจากการใช้สื่อบุคคล เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่มีประสิทธิภาพสูงในการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ

“...ถ้าเด็กเข้ามาอยู่ในชมรมนี้ อย่างน้อยเขาไม่สูบบุหรี่อยู่แล้ว แทนที่เราจะไปสอนเขา แต่เขาสอนตัวเองงั้น นี่คือการทำชมรม เพราะฉะนั้นนี่แหละคือสิ่งที่เรากำลังคิดอยู่ แล้วที่นี้เรากระตุ้นของเขาด้วย ด้วยหลักของดาวกระจาย คือคุณต้องเป็นดาวก่อน คุณถึงจะไปสอนคนอื่นได้ นั่นแหละครับ แต่ถามว่าอย่างไร อย่างตอนขึ้นผมทดลองนะ เอาเด็กไปสอนคนแก่ที่สูบบุหรี่อะ เขา ฟังเด็กนะครับ อย่างน้อยก็เด็กในชุมชน ก็ฟัง เอาคนแก่ที่สูบบุหรี่มานั่ง ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เขาจะเป็นผู้รวบรวมให้ เด็ก

ก็ไปให้ความรู้ เนี่ยครับ นี่คือนี่ที่เขาภาคภูมิใจ เราก็มีการลงเพจ ลงอะไรในการโชว์เขา นั่นคือสิ่งที่เขาอยากเป็น Gen Z นะครับ...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล LO02)

2.5 การติดตามและประเมินผล

หนึ่งในกระบวนการที่สำคัญของการรณรงค์ คือ การติดตามและประเมินผล โดยโครงการปกป้อง Gen Z จากการสูบบุหรี่ มีวิธีการติดตามและประเมินผลโดยตัวชี้วัดทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับแผนการดำเนินกิจกรรมที่กำหนดไว้ แต่ข้อจำกัดของการวัดผลเชิงปริมาณในบางประเด็น เช่น ร้อยละของนักสูบหน้าใหม่ลดลง ไม่สามารถวัดและประเมินผลจากการดำเนินโครงการนี้เพียงอย่างเดียวได้

นอกจากนี้ บุคลากรที่รับผิดชอบโครงการฯ ของมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ยังมีการวัดประเมินผลในรายการกิจกรรมที่ดำเนินการจัดขึ้นเพื่อป้องกันนักสูบหน้าใหม่ในแต่ละครั้งด้วย อาทิ การประเมินผลวิทยากรอบรม การประเมินผลโดยใช้ทีมประเมินผลโดยตรง การประเมินองค์ความรู้ก่อน-หลังเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียน โดยเปิดรับฟังความคิดเห็นในหลายช่องทาง ซึ่งจะมีการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนากิจกรรมในครั้งถัดไป

“...ทุกครั้งที่พี่จะตีไลน์เนี่ย พี่จะให้ทีมประเมินมาช่วยดูว่ากิจกรรมแต่ละอันเนี่ย คุณทำไปเพื่ออะไร แล้วเด็กจะได้อะไร ก่อน กับหลัง แล้วพอเด็กเข้าร่วมกับเราเนี่ยมันผ่านตัวชี้วัดที่เราตั้งไว้รึเปล่า ก็จะมีทีมประเมินมาช่วย แล้วก็ก่อนอบรมก็จะประเมินน้องก่อนรูปแบบก็จะเป็นการเล่นเกมที่โต้ตอบผ่าน internet คลิปเข้าไป อันนี้ก็แล้วแต่กระบวนการประเมิน หลังอบรมเสร็จก็จะมีการประเมินอีกทีนึง...”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NLO1)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินโครงการฯ อีกหนึ่งปัจจัย คือ การปรับตัวของบุคลากรที่รับผิดชอบและพัฒนาโครงการฯ เนื่องจากการสร้างความเข้าใจและการปรับทัศนคติ พฤติกรรม ความรู้ มุมมองทางสังคมของคนในแต่ละยุคสมัย ยังคงมีช่องว่างที่สามารถสร้างความแตกต่างจนไม่อาจสื่อสารสร้างการรับรู้เข้าใจซึ่งกันและกันได้ แต่บุคลากรที่รับผิดชอบและพัฒนาโครงการฯ มีความพยายามในการปรับตัวและเปิดรับความแตกต่างของคนรุ่นใหม่ ตลอดจนนำความคิดเห็นเหล่านั้นมาพัฒนาต่อยอดกิจกรรมให้สอดคล้องกับความต้องการได้เป็นอย่างดี

“...เราก็อายุเยอะแล้ว แต่ส่วนหนึ่งที่เราต้องทำความเข้าใจคือเราต้องไปนั่งดู trend ของเด็ก Gen Z เออ youtuber คือใคร เวลาคุยกับเขาต้องคุยภาษาเดียวกันกับเขา ต้องยอมเปิดใจเวลาเขาพูดอะไรที่มัน บางทีเราเป็นผู้ใหญ่เรายัง ก็ไม่เป็นไร ก็ยัง ok ก็ต้องทำใจ ยอมรับ style เขา หรืออะไรอย่างนี้ ก็ต้อง อย่าไปจี้หรืออย่าไปอะไรกับเขา ต้องเข้าใจเขา ถึงจะอะไรกับเขาได้ อะไรอย่างนี้ ต้องนั่งไล่ดูให้หมด เวลาเขาพูดอะไรมาต้อง get อะ ต้องพูดภาษาเดียวกันกับเขา”

(รหัสผู้ให้ข้อมูล NL01)

โครงการปกป้อง Gen Z จากการสูบบุหรี่ เป็นโครงการที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่ปี 2559 จวบจนถึงปัจจุบัน และยังมีพัฒนาต่อยอดกิจกรรมและเป้าหมายให้เหมาะสมกับสภาพบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป สะท้อนให้เห็นถึงการวางแผนการรณรงค์ที่ละเอียด รอบคอบ มีทิศทาง การขับเคลื่อนที่ชัดเจน ประกอบกับการผสมผสานเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลาย จึงสามารถโน้มน้าวใจกลุ่มเป้าหมายผ่านการใช้หลักการเหตุผล และการใช้อารมณ์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการประสบความสำเร็จของการขับเคลื่อนโครงการรณรงค์ (สุระชัย ชูพกา, 2562)