



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000
ภายใน 15666 โทรศัพท์/โทรสาร 02-259-6172

จากหนังสือพิมพ์บ้านเมือง ฉบับประจำวันที 11 เดือนเมษายน พ.ศ.2559 หน้า 6 มูลค่าข่าว 54,135.-

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูที่ได้ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ผลสำรวจพบพ่อแม่ไม่สูบบุหรี่ช่วยลูกวัยรุ่นสูบบุหรี่น้อยลง 3 เท่า

ดร.อริสรา สุขวัญนี้อาจารย์ อาจารย์คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กล่าวถึงการศึกษาบทบาทของพ่อแม่ในการป้องกันการสูบบุหรี่ของลูกวัยรุ่น สนับสนุนโดยศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 436 คน อายุ 15-18 ปี เป็นนักเรียนมัธยมใน

จังหวัดนครนายก ซึ่งผลการศึกษาพบว่าพ่อแม่ที่ไม่สูบบุหรี่มีอิทธิพลในการป้องกันการสูบบุหรี่ของลูกวัยรุ่น โดยมีการปฏิบัติ 3 ด้านคือ ด้านปฏิริยาต่อต้านการสูบบุหรี่ ด้านกฎระเบียบของครอบครัวและด้านการพูดคุยสื่อสารเรื่องพิษภัยของบุหรี่สูงกว่าพ่อแม่ที่สูบบุหรี่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งนี้พ่อแม่ที่มีปฏิริยาต่อต้านการสูบบุหรี่ทำให้ลูกสูบบุหรี่น้อยกว่าลูกที่พ่อแม่ไม่ต่อต้านการสูบบุหรี่ 3 เท่า

ดร.ทพ.ญ.ศิริวรรณ พิทยรังสฤษฏ์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) กล่าวว่า การศึกษานี้สะท้อนให้เห็นสาเหตุและเหตุผลของการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นว่าเลียนแบบบุคคลที่ใกล้ชิดและชื่นชอบ ซึ่งการว่ากล่าวตักเตือนของพ่อแม่มีผลต่อการไม่สูบบุหรี่ของวัยรุ่น ดังนั้นการลดอัตราการสูบบุหรี่ของวัยรุ่นจะต้องให้

พ่อแม่มีบทบาทในการแสดงปฏิริยาต่อต้านการสูบบุหรี่ และควรพัฒนาแนวทางให้ความรู้และวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมในการต่อต้านการสูบบุหรี่ โดยใช้ความรักของคนในครอบครัวมากกว่าความโกรธหรือเกลียดชัง ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะช่วยลดจำนวนผู้สูบบุหรี่ได้ในอนาคต

ทั้งนี้ จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2557 พบว่า อัตราสูบบุหรี่ของเยาวชนกลุ่มอายุ 15-18 ปี อยู่ที่ 8.25% และกลุ่มอายุ 19-24 ปี อยู่ที่ 19.82% ขณะนี้ที่ผลสำรวจเมื่อปี 2554 พบว่า เยาวชนอายุน้อยกว่า 18 ปี เข้าถึงและซื้อบุหรี่ซิการ์แบบแบ่งขายถึง 88.3% โดยซื้อจากร้านขายของชำมากที่สุดถึง 97.7% และมากกว่า 90% ของร้านค้ามีการขายบุหรี่ให้แก่เยาวชนที่อายุต่ำกว่า 18 ปี และยังพบว่า เยาวชนอายุต่ำกว่า 18 ปี สังเกตเห็นการโฆษณา ณ จุดขายเพิ่มขึ้นจาก 11.6% เป็น 24.5% และสังเกตเห็นกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมยาสูบรูปแบบต่างๆ เพิ่มขึ้นจาก 28.4% เป็น 34.2%

