

เยาวชนจะได้รับประโยชน์อย่างไรจาก พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ศ.นพ.ประกิจ วาทีสาธกกิจ

เลขาธิการมูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่

21 พฤษภาคม 2558

วัยรุ่นวันนี้ คือผู้ที่จะเป็นลูกค้ำประจำ
ของเราในวันหน้า...”

นายไมเคิล อี จอห์นสตัน นักวิจัยของบริษัทฟิลลิป มอร์ริส ปี 2524

การตลาดของบริษัทบุหรี

- บุหรีมีการวางแผนการตลาดด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อดึงดูด
เยาวชน

นายเบนเนท ลีโบว ประธานบริษัทเวคเตอร์กรุ๊ป เจ้าของบุหรี
ชื่อดังหลายยี่ห้อกล่าวว่า

“ถ้าบริษัทบุหรีหยุดทำการตลาดที่พุ่งเป้าที่วัยรุ่น บริษัท
จะต้องเลิกกิจการในเวลา 25 ถึง 30 ปี เพราะจะไม่มี
ลูกค้าพอที่บริษัทจะอยู่ได้”

เยาวชน คือ ความอยู่รอดของบริษัทบุหรี

“ หากจะให้บริษัทเราอยู่รอดและก้าวหน้าต่อไป
เราจะต้องช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่เป็นเยาวชน
มาเป็นของเราในระยะยาว
ดังนั้น เราจะต้องออกบุหรียี่ห้อใหม่ๆ
ให้มีรูปลักษณ์เข้ายวนใจผู้สูบบุหรีอายุน้อยๆ”

บริษัทอาร์ เจ เรย์โนลด์ พ.ศ. 2516

ดาราคนหนึ่งที่ได้รับจ้างส่งเสริมการขายบุหรี่ยี่ห้อต่างๆ
ของบริษัท อาร์ เจ เรย์ โนลด์ ถามว่า “ทำไมผู้บริหาร
บริษัทบุหรี่” จึงไม่สูบบุหรี่ ได้รับคำตอบว่า

“เราไม่สูบ เราเพียงแค่ขายบุหรี่เหล่านี้ เราสงวน
สิทธิ์ในการสูบบุหรี่ไว้ให้กับวัยรุ่น คนจน คนผิวดำ
และคนโง่”

จากหนังสือ “The Truth about The tobacco industry in their
own words. ASH.UK 1998”

การสำรวจในปี พ.ศ.2557

- มีนักสูบบุหรี่ใหม่ (ติดบุหรี่น้อยกว่าหนึ่งปี)

= 200,515 คน

Designed for Addiction

*How the Tobacco Industry Has
Made Cigarettes More Addictive,
More Attractive to Kids and
Even More Deadly*



June 23, 2014



บริษัทบุหรี่ยผลิตบุหรี่เพื่อให้เสฟติง่ายและเสฟติร่นแรง

เติมสารขยายหลอดลม

เพื่อให้ควันบุหรี่เข้าสู่ปอดได้ง่ายขึ้น

เพิ่มนิโคติน

บริษัทบุหรี่ยควบคุมจำนวนนิโคตินที่ผู้สูบจะได้รับ เพื่อให้มั่นใจในอำนาจเสฟติ

เติมสารปรุงแต่งกลิ่นรส

เพิ่มสารลิวอริค และซ็อกโกแลต เพื่อลดความระคายเคืองของควันบุหรี่ ทำให้เป็นที่ยอมรับของนักสูบหน้าใหม่ โดยเฉพาะเด็ก

สารก่อมะเร็งเพิ่มขึ้น

บุหรี่ยปรุงรสแบบอเมริกันทำให้ระดับสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่เพิ่มขึ้น

เติมสารแอมโมเนีย

เพื่อให้ไนโคตินขึ้นถึงสมองเร็วขึ้น

เติมเมนทอล

เพื่อให้รู้สึกเย็นและทำให้ชาในลำคอ เพื่อลดความระคายเคืองและทำให้ควันบุหรี่ยนุ่ม สม่ฐ

เติมกรดเลวูลินิก

ลดความระคายเคืองของนิโคติน ทำให้ควันบุหรี่ยไม่ระคายเคือง

เติมน้ำตาลและอเซทตาลดีไฮด์

น้ำตาลที่เติมทำให้สูดควันบุหรี่ยได้ง่ายขึ้น น้ำตาลจะถูกเปลี่ยนเป็นอเซทตาลดีไฮด์ ซึ่งจะเพิ่มอำนาจการเสฟติของนิโคติน

ออกแบบก้นกรองระบายอากาศ

รูเล็กๆ ที่ก้นกรองทำให้ผู้สูบบุหรี่ยหรือออกแรงดูตมมากขึ้น เพื่อให้ควันเข้าสู่ปอดลึกขึ้น



มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ย

36/2 ซอยประติพัทธ์ 10 แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400 โทร. 0-2278-1828 โทรสาร. 0-2278-1830

<http://www.ashthailand.or.th> E-mail : info@ashthailand.or.th

เผยแพร่เดือนพฤษภาคม 2558



บุหรืที่ขายในปัจจุบัน

- เสพติดง่ายขึ้น
- มีอำนาจเสพติดสูงขึ้น
- เลิกสูบได้ยากขึ้น
- มีอันตรายมากกว่าเมื่อ 50 ปีก่อน
- มีโอกาสเกิดมะเร็งปอดและถุงลมปอดพองเพิ่มขึ้นแม้จะสูบน้อยมวนกว่า

บริษัทบุหรือออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดนักสูบ หน้าใหม่ และให้เกิดการเสพติดยั่งยืน

- ทำให้เริ่มหัดสูบบุหรี่ได้ง่าย โดยเพิ่มความหวานและลดการระคายเคืองของควันบุหรี่ ด้วยการ
 - เติมน้ำตาล
 - เติมกรดเลวูลินิก
 - เติมซึออคโกแลต
 - เติมสารลิควอไรซ์
 - เติมเมนทอลเพื่อให้คอเย็นชา
 - เติมสารขยายหลอดลมเพื่อให้สูดควันเข้าปอดได้ง่าย

ทำให้บุหรี่มีอำนาจเสพติดเพิ่มขึ้น ด้วยการ

- เติมนิโคตินเพิ่ม
- ปรับระดับกรดต่างเพื่อให้มีนิโคตินอิสระมากขึ้น
- เติมน้ำตาลเพื่อเพิ่มอำนาจการเสพติดของนิโคติน
- เติมแอมโมเนีย เพื่อให้มีนิโคตินขึ้นถึงสมองเร็วขึ้น
- เติมกรดเกลือสินิคเพื่อให้มีนิโคตินขึ้นถึงสมองเร็วขึ้น

การเติมเมนทอลในบุหรี่ ทำให้

- การติดบุหรี่ในเยาวชนเพิ่มขึ้น
- เพิ่มอำนาจการเสพติดของบุหรี่
- ลดโอกาสในการที่จะเลิกสูบได้

องค์การอาหารและยาสหรัฐอเมริกา

ขบวนการผลิตบุหรี่อเมริกัน (วิธีบ่ม/เตรียมใบยา/ใบยาสังเคราะห์/ใบยาพอง/การ บ่มด้วยก๊าซโปรเพน)

- ทำให้เกิดสารก่อมะเร็งเพิ่มขึ้น
- ทำให้เกิดมะเร็งปอดและมะเร็งในอวัยวะอื่นๆ เพิ่มขึ้น

การออกแบบบูรณาการอากาศที่กินกรองเพื่อผลิตบุหรื รสอ่อน

- ทำให้ผู้สูบต้องสูบถี่ขึ้น
- ทำให้ต้องสูดควันเข้าปอดลึกขึ้น
- ทำให้ได้รับสารก่อมะเร็งและสารพิษอื่นมากขึ้น

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการติดบุหรี่ของเยาวชน ที่บริษัทบุหรี่อยู่เบื้องหลัง

- รักษาค่านิยมของการสูบบุหรี่ในสังคม
- ทำให้เข้าถึงสินค้าบุหรี่ได้ง่าย
- การตลาดของบริษัทบุหรี่

ร่างกฎหมายควบคุมบุหรี่ใหม่

- ลดการเข้าถึงยาสูบของเด็ก ๆ
- ลดความเย้ายวนของซองบุหรี่
- ห้ามผลิตภัณฑ์ยาสูบชนิดใหม่ ๆ
- ห้ามธุรกิจยาสูบทำกิจกรรมสร้างภาพ

มาตรา 26

- เพิ่มอายุห้ามขายแก่ผู้ที่มีอายุ 18 เป็น 20 ปี
เพื่อลดจำนวนเด็กที่จะติดบุหรี่
ลดจำนวนเด็กที่จะติดสิ่งเสพติดอื่น

บริษัทบุหรีพยายามที่จะให้เด็ก ๆ เข้าถึงบุหรี

- ออกบุหรีตราใหม่ที่ราคาถูก
- การทำบุหรีซองขนาดเล็ก
- การแบ่งซองขาย
- แจกบุหรีให้แก่เด็ก ๆ
- บริษัทบุหรีคัดค้านการขึ้นภาษีบุหรี เพราะราคาบุหรีที่แพงขึ้นจะทำให้เด็ก ๆ ไม่สามารถซื้อได้

การขายบุหรีเป็นรายมวน

1. ทำให้เด็กเข้าถึงบุหรีง่าย
2. ทำให้เพิ่มโอกาสในการทดลองสูบ หนึ่งในสามถึงครึ่งหนึ่งของเด็กที่ทดลองสูบ จะกลายเป็นคนติดบุหรี
3. ทำให้ไม่เห็นคำเตือนบนซองบุหรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อยับยั้งเด็กไม่ให้สูบบุหรี

การขายบุหรี่ปริมาณเป็นสาเหตุสำคัญ ที่ทำให้เยาวชนติดบุหรี่

- จำนวนเด็กอายุ 15-18 ปี ที่ซื้อบุหรี่ปริมาณ

= 236,225 คน

- เฉลี่ยสูบคนละ 8.1 มวนต่อวัน

- รวมจำนวนมวนบุหรี่ปริมาณที่ขายต่อวัน

= 1,913,422 มวน

= 95,671 ซอง

ค่าใช้จ่ายเยาวชนที่สูบบุหรี่ (อายุ 15-18 ปี)

- จำนวนเยาวชนที่สูบบุหรี่ = 407,813 คน
- จำนวนมวนที่สูบต่อวัน = 8.1 มวน
- ค่าใช้จ่ายต่อเดือนต่อคน = 368.3 บาท
ต่อปี = 4,416 บาท
- ค่าใช้จ่ายต่อเดือนของทุกคน = 150 ล้านบาท
- ค่าใช้จ่ายต่อปีทุกเดือน = 1,800 ล้านบาท

สนง.สถิติแห่งชาติ พ.ศ.2554

ที่มาของกฎหมายมาตรานี้

- 88.3% ของเด็กไทยอายุ 15-17 ปี
64.6% ของเยาวชน 18-24 ปี
ที่สูบบุหรี่หรือซื้อเป็นรายมวน
- 97 ประเทศมีกฎหมายนี้
- รวมถึง ลาว/เมียนมาร์/มาเลเซีย/สิงคโปร์/บรูไน

ประเด็นที่คัดค้านนักห่วงที่สุด

มาตรา 38

- ห้ามขายบุหรี่ซองน้อยกว่า 20 มวน
- ห้ามแบ่งซองขายบุหรี่เป็นมวน ๆ

- अनुसूचनाควบคุมยาสูบฯ ข้อ 16 กำหนดให้ห้าม
ขายบุหรี่แบบรายมวน
- มี 97 ประเทศที่มีกฎหมายนี้แล้ว
รวมถึง ลาว เมียนมาร์ มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไน

บริษัทบุหรืออกแบบซองบุหรื เพื่อจับลูกค้าเด็ก

นายฟิลิป กาเบอร์แมน หัวหน้าฝ่ายครีเอทีฟขอ
โรเบิร์ต ไบรอัน แอสโซซิเอจเปิดเผยว่า

“เราได้รับการติดต่อจากลูกค้าให้ออกแบบ
ซองบุหรืที่ดึงดูดวัยรุ่น แบบซองที่ออกจะต้อง
เตะตาวัยรุ่น”

**ควันบุหรี่
มะเร็ง** **ทำให้เกิด
ปอด**

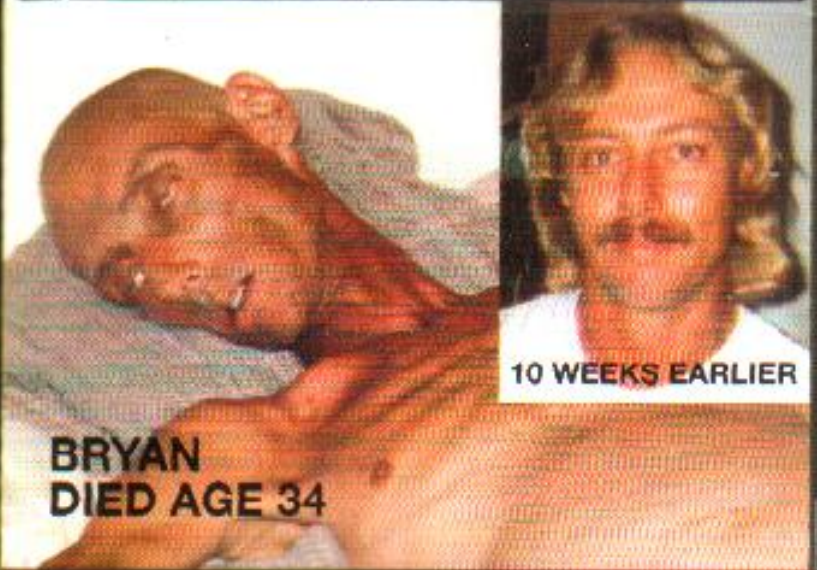



KARELIA TOBACCO COMPANY INC.
FINE TOBACCO SINCE 1888

KARELIA
Slims

ผลิตขึ้นในประเทศไทย

SMOKING CAUSES LUNG CANCER

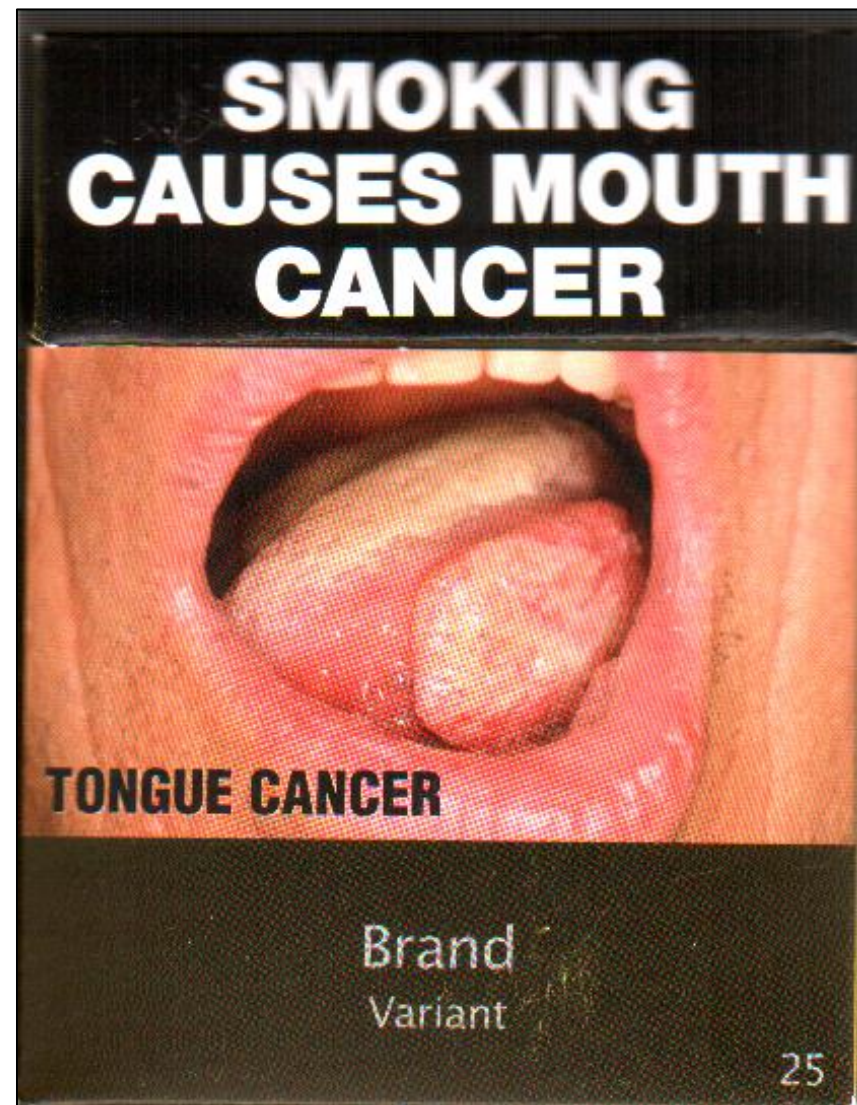


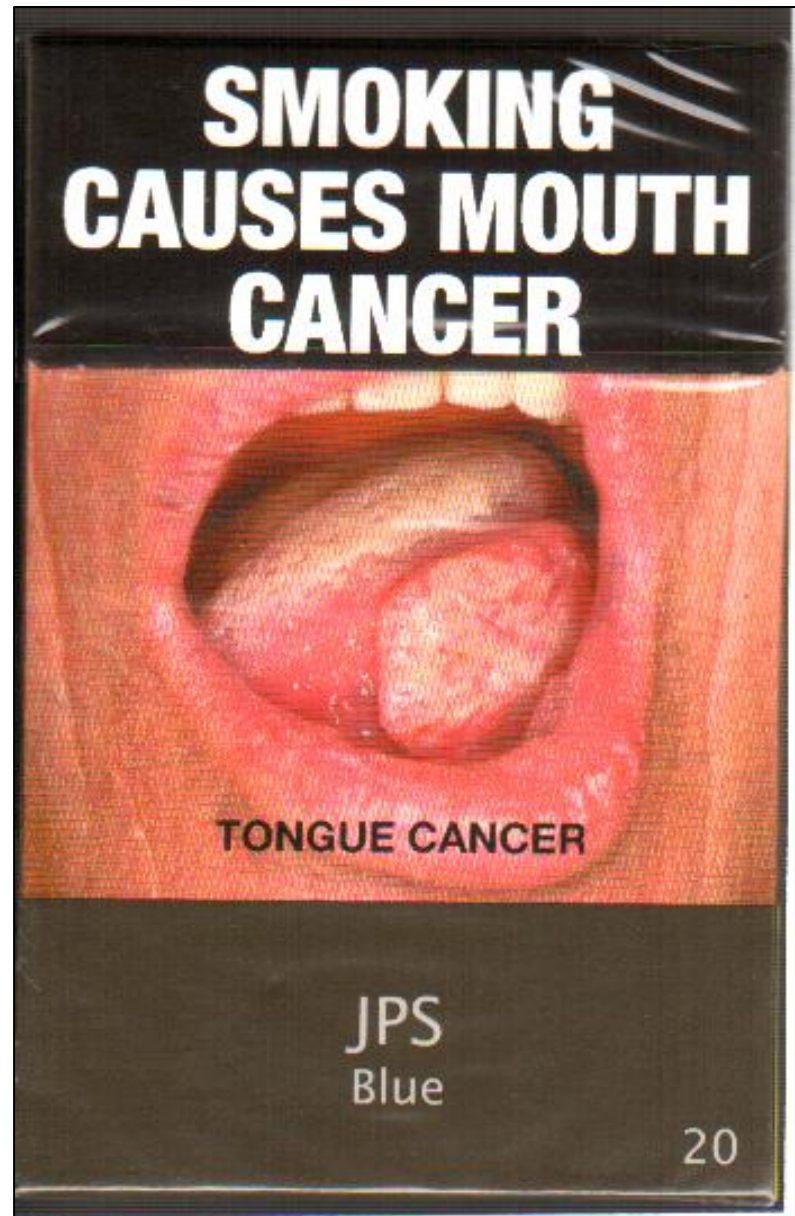
10 WEEKS EARLIER

**BRYAN
DIED AGE 34**

JPS
Blue

20







**สูบแล้ว
หัวใจวายตาย**

เลิกบุหรี่โทร.1600



**GOLD
Marlboro
ORIGINAL**

สำหรับขายในราชอาณาจักรไทย

**QUITTING
WILL IMPROVE
YOUR HEALTH**

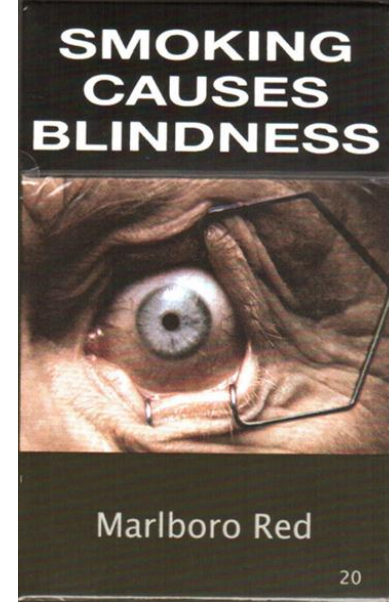


Marlboro Gold

20

ประเด็นที่คัดค้านหลักหน่วงที่สุด

- ออสเตรเลียออกกฎหมายนี้ พ.ศ.2555
- ยูเครนกับอีก 4 ประเทศฟ้อง **WTO**
- อียูประกาศว่าไม่ขัดกฎหมายระหว่างประเทศ
- ไอร์แลนด์ อังกฤษ (สก๊อตแลนด์ ไอร์แลนด์เหนือ เวลส์) ออกกฎหมายนี้แล้ว
- ฝรั่งเศส / นอร์เวย์ / ฟินแลนด์ / สวีเดน / นิวซีแลนด์ / โตโก / บูร์กินาฟาโซ อยู่ในระหว่างออกกฎหมายนี้



การประเมินผลหลังใช้กฎหมาย ของบุห์รึแบบเรียบ ออสเตอร์เลีย

1. ลดความเฝ้ายวณของชองบุห์รึต่อวัยรุ่น
2. ทำให้เห็นภาพคำเตือนชัดขึ้น
3. ลดความเข้าใจผิดถึงสินค้าบุห์รึ

วัตถุประสงค์ของชองบุหรี
แบบเรียบ เพื่อลดความ
เข้ยววนของชองบุหรีต่อ
เด็กและเยาวชน



- นพ.เจมส์ ไรลีย์ **รมต.กระทรวงเด็ก** ผลักดันกฎหมาย
ชองบุหรีแบบเรียบผ่านสภาไอร์แลนด์ 9 มีนาคม 2558
- กฎหมายชองบุหรีแบบเรียบของอังกฤษอยู่ใน
Children and Families Act 2014

บริษัทบุหรีจัดวางการออกกฎหมายของบุหรีแบบเรียบ ของประเทศไอร์แลนด์ โดย

- ใช้ล็อบบี้ยิสต์ 161 คน
- ใช้สมาคมผู้ค้าปลีกยาสูบ
- ใช้สมาคมชาวไร่ยาสูบ
- เป็นการวิ่งเต้นล้มกฎหมายที่รุนแรงที่สุดในประวัติศาสตร์ของประเทศไอร์แลนด์ แต่กฎหมายผ่านสภาเมื่อ 9 มีนาคม 2558

มาตรา 34

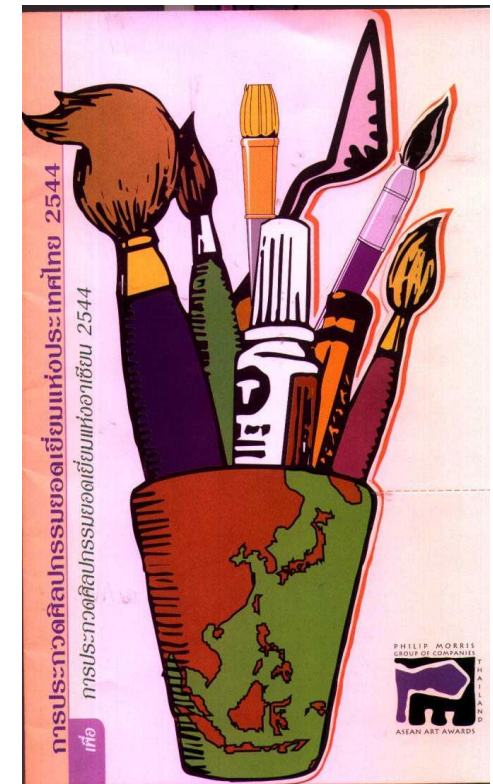
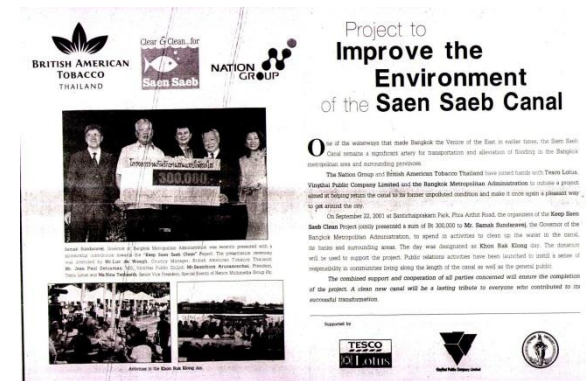
- ห้ามบริษัทบุหรือทำ **CSR** ยกเว้นที่ทำระหว่างผู้ประกอบการกันเอง
- ห้ามประชาสัมพันธ์ **CSR**
 - เพื่อป้องกันการแทรกแซงนโยบาย
 - การโฆษณาทางอ้อม

ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทบุหรี่ปัฟฟิลลิป มอริส (2001) ภาย
หนึ่งกล่าวว่า “การสร้างคุณค่าทางสังคมเริ่มจากตัว
สินค้าของเรา แต่หากยกเว้นผู้สูบบุหรี่ สินค้าของเรา
ไม่มีคุณค่าอะไรทางสังคมเลย” บริษัทบุหรี่ปัฟจึงต้องการ
“ทำกิจกรรมเพื่อสังคม” เพื่อกลับเกิ่ล่อนภาพลักษณ์ที่
แท้จริงของผลิตภัณฑ์ยาสูบ

The Tobacco Atlas 2015

โครงการคืนกำไรสู่สังคม

- การสนับสนุนโครงการป้องกันภัยรุ่มไม่ให้สูญพันธุ์ ซึ่งพิสูจน์แล้วว่าไม่ไ้ผล
- การสนับสนุนกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงเรียน การซื้ออุปกรณ์การเรียน
- การบริจาคเงินสนับสนุนศิลปะ และการกีฬา
- การบริจาคเงินให้แก่ผู้ประสบอุบัติเหตุ

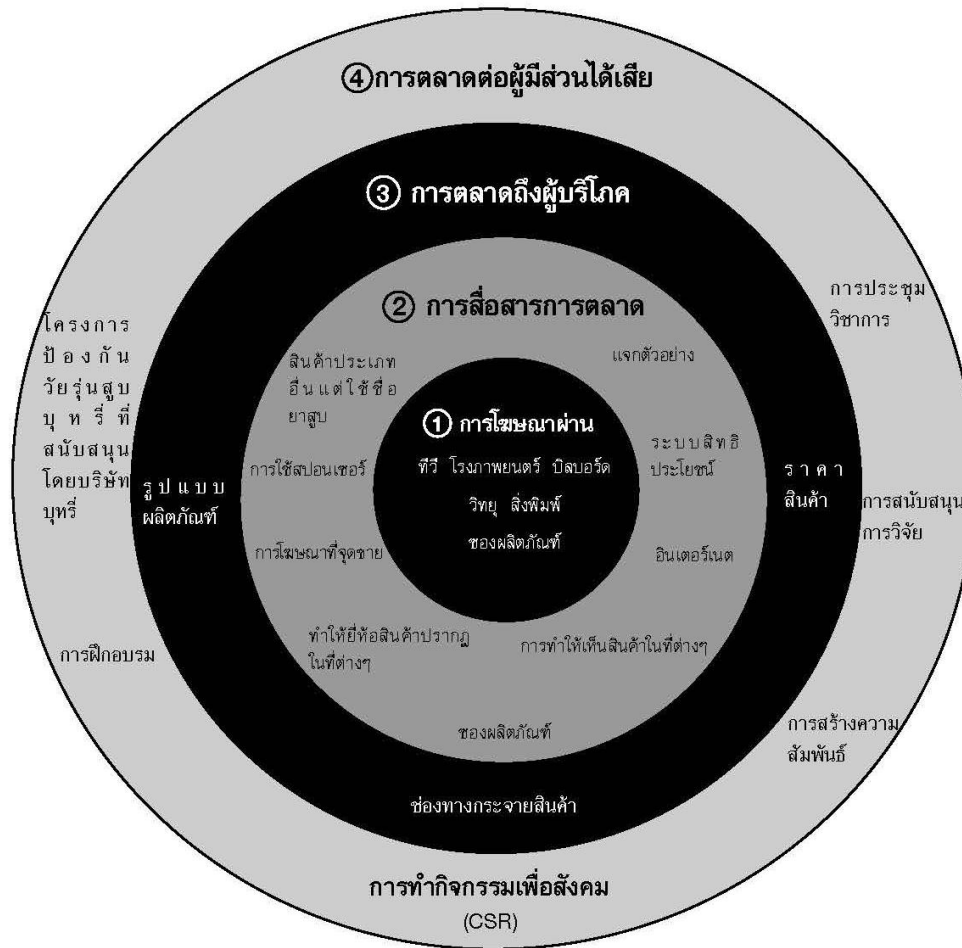


วัตถุประสงค์เพื่อ

- สร้างภาพลักษณ์ให้แก่บริษัท
- สร้างความสัมพันธ์กับผู้กำหนดนโยบาย
- เพื่อลดกระแสแรงกดดันควบคุมยาสูบ
- เพื่อปิดปากผู้กำหนดนโยบายไม่ให้ออกมาตรการควบคุมยาสูบ



CSR เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการตลาด ในการส่งเสริมการขายยาสูบ



แหล่ง : สถาบันมะเร็งแห่งชาติ สหรัฐอเมริกา ค.ศ.2008

วงที่ 1 เครื่องมือโฆษณาพื้นฐาน

วงที่ 2 ช่องทางการสื่อสารการตลาดอื่นๆ

วงที่ 3 การตลาดถึงผู้บริโภคโดยตรง

วงที่ 4 การตลาดต่อผู้มีส่วนได้เสีย

เป้าหมาย : ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการซื้อ

เป้าหมาย : ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการซื้อ

เป้าหมาย : ผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการซื้อ

เป้าหมาย : ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และผู้กำหนดนโยบาย ผู้ควบคุม
เพื่อไม่ให้มาควบคุมธุรกิจ หรือหย่อนมือในการควบคุม

มาตรฐาน ISO 26000 CSR

คุณสมบัติพื้นฐานขององค์กร

1. เกี่ยวกับผู้บริโภค

การคุ้มครองสุขภาพ และความปลอดภัยของผู้บริโภค

2. เกี่ยวกับชุมชน

ส่งเสริมสุขภาพของชุมชน

3. เกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน

การปฏิบัติต่อกลุ่มเสี่ยงที่ถูกต้อง

“สมาคมการค้ายาสูบไทยสนับสนุน
กิจกรรมเพื่อสังคมในชุมชนท้องถิ่น”



วรากรณ์ นมาตร์

ผู้อำนวยการบริหารสมาคมการค้ายาสูบไทย

“บริษัทบุหรืใช้การทำกิจกรรมเพื่อสังคม ในการฟอกตัว
เพื่อลบภาพลักษณ์
ของบริษัทที่ขายสินค้าเสพติดที่ฆ่าผู้บริโภค”

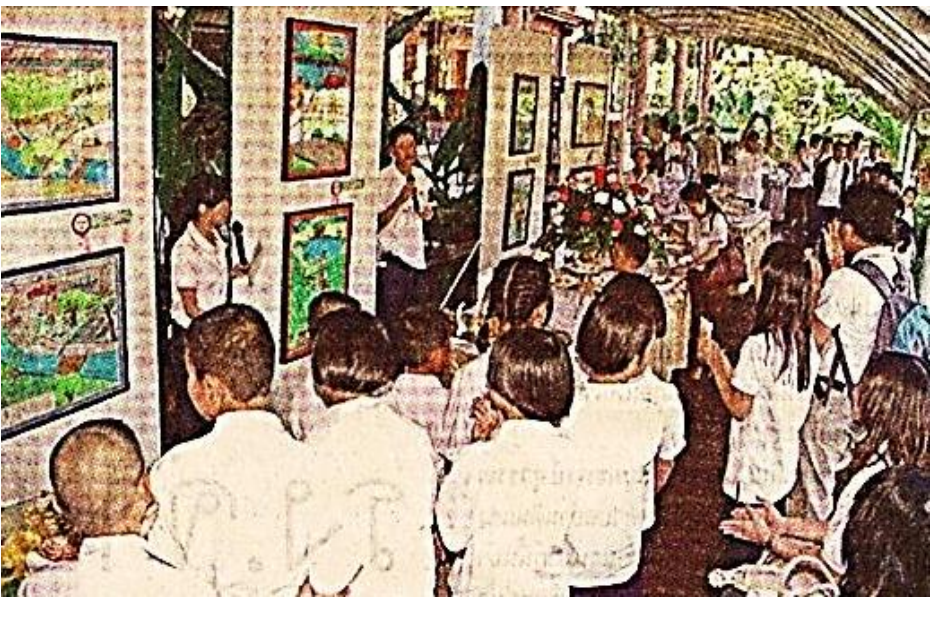


มากาเร็ต ชาน ผู้อำนวยการองค์การอนามัยโลก

“TTTA
support
community
programs

“TI use CSR
to wash their
image of
selling
addictive
deadly
product”





มาตรา 35

- ห้ามแสดงซองบุหรี่ ณ จุดขาย
 - ซึ่งปัจจุบันห้ามและร้านค้าปลีกส่วนใหญ่ปฏิบัติ
อยู่แล้ว
 - บริษัทบุหรี่อ้างว่ากฎหมายเขียนไว้ไม่ชัด และยุ
ให้ร้านค้าไม่ต้องปฏิบัติตาม จึงเขียนให้ชัด

จุดขาย



- ให้มีจุดขายมากที่สุด
- ใช้จุดขายเป็นที่ส่งเสริมการขาย
- ให้ผลตอบแทนแก่ร้านขายปลีกเพื่อให้พยายามเพิ่มยอดขาย
- จ่ายเงินเพื่อให้บุหรืได้วางในจุดที่จะเห็นได้เด่นชัดที่สุด
- เสนอขายผ่านช่องทางที่วัยรุ่นเข้าถึงแต่ควบคุมยาก เช่น อินเทอร์เน็ต ไลน์คลับ



ประเด็นแก้ไขเพิ่มเติมใน พ.ร.บ.ใหม่



ครอบคลุมบุหรี่รูปแบบใหม่ๆ



ครอบคลุมบุหรี่ไฟฟ้า บาราเก้ บาราเก้ไฟฟ้า



การห้ามโฆษณาครอบคลุมสื่อรูปแบบใหม่ เช่น พริตตี้

1. ฟรีตีตักกับบุธแนะนำ / ขายบุหรี่ใน / หน้าผับ บาร์ สถานบันเทิง



Be Marlboro: Germany



Rauchen kann tödlich sein. Der Rauch einer Zigarette dieser Marke enthält 10 mg Teer, 0,8 mg Nikotin und 10 mg Kohlenmonoxid. (Durchschnittswerte nach ISO)







