

ประสิทธิผลของการใช้ฉลาก/ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่

ศรัณญา เบญจกุล¹ มณฑา เก่งการพานิช²

¹กลุ่มพัฒนาวิชาการ สำนักควบคุมการบริโภคยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

²ภาควิชาสูติศาสตร์และสูติกรรมศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

บทนำและความสำคัญ

“ฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่” เป็นมาตรการหนึ่งในกฎหมายควบคุมการบริโภคยาสูบซึ่งเป็นที่ยอมรับเป็นสากลในระดับโลกถึงการให้ฉลาก/ภาพคำเตือนสำหรับกรทำให้ความรู้และสร้างความตระหนักในพิษภัยของบุหรี่และควันบุหรี่ที่นำไปสู่การป้องกันนักสูบบุหรี่ใหม่ การควบคุมไม่ให้สูบบุหรี่และการทำให้ผู้สูบบ่อยากเลิกสูบบุหรี่มากขึ้น ดังจะเห็นได้จากวิวัฒนาการของฉลาก/ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ระดับโลกที่ได้บรรลุเงื่อนไขข้อบังคับเรื่องการพิมพ์ฉลากและภาพคำเตือนอยู่ในมาตรา 11 ของกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก (Framework Convention on Tobacco Control: FCTC) และในภูมิภาคอาเซียนมีการขับเคลื่อนกฎหมายให้มีภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ในหลายประเทศ ดังนี้

ระดับโลก¹ ณ ปัจจุบันนี้มี 63 ประเทศที่ใช้คำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพ ซึ่งครอบคลุมทั้งที่กฎหมายมีผลบังคับใช้แล้วและยังไม่บังคับใช้ พบว่า 47 ใน 63 ประเทศนี้ ได้กำหนดให้ภาพคำเตือนมีขนาดไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ทั้งด้านหน้าและด้านหลังของพื้นที่บนซองบุหรี่ โดย 5 ประเทศ

ลำดับแรกที่มีภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ใหญ่ที่สุด ได้แก่ ประเทศออสเตรเลีย กำหนดให้ภาพคำเตือนมีขนาด 82.5% ของพื้นที่บนซองบุหรี่ รองลงมา คือ อุรุกวัย และศรีลังกา กำหนดให้ภาพคำเตือนมีขนาด 80% ของพื้นที่บนซองบุหรี่ และ บรูไนและแคนาดา กำหนดให้ภาพคำเตือนมีขนาด 75% ของพื้นที่บนซองบุหรี่

ระดับภูมิภาคอาเซียน² ณ ปัจจุบัน พบว่า 6 ใน 10 ประเทศ ได้กำหนดให้ใช้คำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพ ได้แก่ บรูไน ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ เวียดนาม และอินโดนีเซีย โดยประเทศไทย ถือเป็นประเทศลำดับที่ 2 รองจากประเทศสิงคโปร์ ที่ได้ใช้ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ โดยเริ่มใช้ครั้งแรกเมื่อปี 2548 หากแต่เมื่อพิจารณาด้วยขนาดของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ พบว่า ประเทศบรูไน กำหนดขนาด 75% และศรีลังกา กำหนดขนาด 80% ซึ่งถือเป็นประเทศที่มีขนาดของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน และเอเชีย

สำหรับ**ประเทศไทย**³⁻⁴ ได้นำฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่มาใช้เป็นระยะเวลาานานมาแล้ว โดยไทยได้เริ่มพิมพ์ฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นครั้งแรกในปี 2517 หรือกว่า 30 ปีก่อน

เริ่มมีแนวปฏิบัติตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก ข้อ 11 เรื่องการบรรจุหีบห่อและติดป้ายผลิตภัณฑ์ยาสูบที่ผ่านความเห็นชอบจากประเทศภาคีสมาชิกในที่ประชุมภาคีสมาชิกใหญ่ ครั้งที่ 3 เมื่อปี 2551 โดยมีวิวัฒนาการตั้งแต่เริ่มพิมพ์ฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นข้อความครั้งแรกในปี 2517 และต่อมาในปี 2548 กระทรวงสาธารณสุขได้ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขเพื่อกำหนดให้มีการพิมพ์คำเตือนบนซองบุหรี่เป็นภาพ 4 สี จำนวน 6 รูป เป็นครั้งแรก และถือ

เป็นประเทศที่ 4 ในโลก จากนั้นได้มีวิวัฒนาการเรื่อยมา โดยการหมุนเวียนและเพิ่มคำเตือนบนซองบุหรี่เป็น 9 ภาพในปี 2550 และ 10 ภาพล่าสุดในปี 2552 ที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา ที่นอกจากจะปรับและเพิ่มคำเตือนบนซองบุหรี่แล้ว ยังได้ขยายขนาดของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ให้มีพื้นที่ไม่น้อยกว่าร้อยละ 55 รวมถึงเพิ่มการพิมพ์หมายเลขโทรศัพท์สายด่วนเลิกบุหรี่ 1600 ของศูนย์บริการเลิกบุหรี่ทางโทรศัพท์แห่งชาติไว้ด้วย (ดังภาพที่ 1 และ ตารางที่ 1)



ภาพที่ 1 ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ของไทยที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

เมื่อพิจารณาระยะเวลาการใช้ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ทั้ง 3 ชุด พบว่า ชุดที่ 1 มีระยะเวลาการบังคับใช้น้อยที่สุด คือ 1 ปี 5 เดือน (หรือ 17 เดือน) ชุดที่ 2 มีระยะเวลาการบังคับใช้นานที่สุด คือ 3 ปี 7 เดือน (หรือ 43 เดือน) ขณะที่ชุดที่ 3 ที่ใช้อยู่

ในปัจจุบันนี้ มีระยะเวลาการบังคับใช้นับถึงปัจจุบัน (นับถึงสิ้นเดือนมีนาคม 2556 นี้) นาน 2 ปี 11 เดือน (หรือ 35 เดือน) ดังนั้น ภาพคำเตือนแต่ละชุดมีระยะเวลาบังคับใช้นานเฉลี่ย 2 ปี 7 เดือน (หรือ 32 เดือน)

ตารางที่ 1 พัฒนาการคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพของประเทศไทย

ปี พ.ศ.	ฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่	รายละเอียด
2517	พิมพ์ข้อความ “การสูบบุหรี่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ”	<ul style="list-style-type: none"> ○ พิมพ์ฉลากบริเวณด้านข้างของซอง ○ ไม่ได้กำหนดขนาดและสีของตัวอักษร
2525	พิมพ์ “การสูบบุหรี่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ”	
2532	พิมพ์คำเตือนเป็นข้อความ 7 คำเตือน	<ul style="list-style-type: none"> ○ พิมพ์ฉลากบริเวณด้านหน้าของซองบุหรี่ ○ ขนาดตัวอักษรต้องไม่เล็กกว่า 2 x 2 มม. ○ ไม่ได้กำหนดสีของตัวอักษร
2535	พิมพ์คำเตือนเป็นข้อความ 6 คำเตือน	<ul style="list-style-type: none"> ○ ฉลากมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 25% ○ ฉลากพิมพ์ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ○ ใช้ตัวอักษรสีพระยา ขนาด 16 พอยต์ ○ ตัวอักษรสีดำบนพื้นฉลากสีขาวล้อมกรอบสีดำ หรือใช้ตัวอักษรสีขาวบนพื้นสีดำ และอยู่ด้านล่างของซอง
2540	พิมพ์คำเตือนเป็นข้อความ 10 คำเตือน	<ul style="list-style-type: none"> ○ ฉลากมีขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 33.3% ○ ฉลากพิมพ์ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ○ ใช้ตัวอักษรสีพระยา ขนาด 20 พอยต์ ○ พิมพ์ข้อความบนพื้นสีดำและมีกรอบล้อมรอบสีขาว และให้อยู่ด้านบนสุดของซองบุหรี่
2547	ชุดที่ 1 ภาพคำเตือน 4 สี 6 แบบ (บังคับใช้เมื่อ 25 มีนาคม 2548)	<ul style="list-style-type: none"> ○ พื้นที่ไม่น้อยกว่า 50% ของพื้นที่ซอง ○ พิมพ์ด้านบนของซองบุหรี่ ○ พิมพ์ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง
2548	ชุดที่ 2 ภาพคำเตือน 4 สี 9 แบบ (บังคับใช้เมื่อ 1 กันยายน 2549)	<ul style="list-style-type: none"> ○ พื้นที่ไม่น้อยกว่า 50% ของพื้นที่ซอง ○ พิมพ์ด้านบนของซองบุหรี่ ○ พิมพ์ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง
2552	ชุดที่ 3 ภาพคำเตือน 4 สี 10 แบบ (บังคับใช้เมื่อ 29 มีนาคม 2553)	<ul style="list-style-type: none"> ○ พื้นที่ไม่น้อยกว่า 55% ของพื้นที่ซอง ○ พิมพ์ด้านบนของซองบุหรี่ ○ พิมพ์ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ○ พิมพ์หมายเลข 1600

เป็นที่ยอมรับว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ (Pictorial Health Warnings: PHWs) มีวัตถุประสงค์ของการนำมาใช้ก็คือ เพื่อเป็นแหล่งให้ข้อมูลที่สำคัญทั้งต่อผู้บริโภค และผู้ไม่บริโภคยาสูบ (Smokers and non-smokers) ให้เกิดความตระหนักต่อผลกระทบด้านสุขภาพที่เกิดขึ้นจากการบริโภคยาสูบ กระตุ้นให้เลิกสูบบุหรี่ เพิ่มแรงจูงใจ/ความตั้งใจที่จะเลิกสูบ จากนั้นจึงเสริมด้วยมาตรการต่าง ๆ เพื่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภคยาสูบที่มุ่งสู่การสูบลดลง และเลิกสูบในที่สุด ดังนั้น PHWs จึงถือเป็นเครื่องมือสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพที่เอื้อและร่วมให้บรรลุเป้าหมายการลดการบริโภคยาสูบ และเป็นช่องทางการสื่อสารที่ก้าวข้ามข้อจำกัดของกลุ่มผู้ด้อยโอกาส ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้ที่ไม่สามารถอ่านออก/ไม่เข้าใจภาษาเขียนได้ รวมทั้งเด็กและเยาวชน⁵⁻⁶

จากความสำคัญดังกล่าวทำให้ประเทศไทยพยายามอย่างยิ่งที่จะผลักดันการเพิ่มประสิทธิภาพของฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่ด้วยการเพิ่มขนาดของภาพให้ใหญ่ขึ้นเป็นลำดับ เดกเช่นเดียวกันกับที่ได้เกิดขึ้นแล้วในหลายประเทศ ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นประเทศที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมยาสูบในระดับสูง ซึ่งการขับเคลื่อนดังกล่าวจำเป็นต้องมีหลักฐานข้อมูลบ่งชี้ถึงประสิทธิผลของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่เพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้บริหารระดับสูงและผู้เกี่ยวข้องที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายควบคุมยาสูบของประเทศ

ผลการทบทวนประสิทธิผลของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่

1. ข้อค้นพบสำคัญจากผลการสำรวจการบริโภคยาสูบในผู้ใหญ่ระดับโลก⁷⁻⁸ มีดังนี้

ก. ณ ปี 2554 ประเทศไทย มีผู้สูบบุหรี่ปัจจุบันชนิดมีควันที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 13.0 ล้านคน ในจำนวนนี้พบว่าร้อยละ 94.6 (12.2 ล้านคน) เคยสังเกตเห็น PHWs เมื่อจำแนกตามกลุ่มอายุ พบว่าเยาวชนหรือประชากรที่มีอายุ 15 – 17 ปี ซึ่งเป็นผู้สูบบุหรี่ปัจจุบัน ร้อยละ 100 (5.2 แสนคน) เคยเห็น PHWs (ตารางที่ 2)

ข. ภายหลังจากพบเห็น PHWs ส่งผลต่อทัศนคติ และความเชื่อของผู้สูบบุหรี่ปัจจุบันที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปเป็นลำดับ ดังนี้ (ตารางที่ 2)

- ร้อยละ 71.4 นึกถึงอันตรายของบุหรี่ต่อสุขภาพ
- ร้อยละ 62.6 นึกถึงการเลิกบุหรี่
- ร้อยละ 80.3 ของผู้สูบบุหรี่ปัจจุบัน

ที่นึกถึงการเลิกบุหรี่จากการเห็น PHWs มีความพยายามเลิกสูบบุหรี่

ข้อค้นพบนี้ ยืนยันชัดเจนถึงประสิทธิผลของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ที่ถูกใช้เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลสื่อสารความเสี่ยง และผลกระทบของการบริโภคยาสูบและการได้รับควันบุหรี่ต่อสุขภาพ

ค. PHWs เป็นแหล่งให้ความรู้/ ให้การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบทางสุขภาพจากการบริโภคยาสูบและการได้รับควันบุหรี่ที่ชัดเจน เห็นได้จากรูปผลกระทบจากการสูบบุหรี่ที่

ถูกนำมาเผยแพร่บนซองบุหรี่อย่างต่อเนื่อง นับตั้งแต่การใช้ครั้งแรกในปี 2547 ได้แก่ รูปถุงลม พองตาย มะเร็งปอด ปากเหม็น มะเร็งกล่องเสียง รูปเหล่านี้ ส่งผลให้ทั้งผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ เชื่อว่าเป็นโรคที่เกิดจากการบริโภคยาสูบสูงกว่าร้อยละ 90

ขณะที่ โรคที่เกิดจากการบริโภคยาสูบ เช่นกัน แต่ไม่ถูกนำมาเผยแพร่บนซองบุหรี่ ได้แก่

มะเร็งกระเพาะปัสสาวะ มะเร็งกระเพาะอาหาร คลอดก่อนกำหนด กระจกพรุน เสื่อมสมรรถภาพทางเพศ ทั้งนี้เพราะทั้งผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ เชื่อว่าเป็นโรคที่เกิดจากการบริโภคยาสูบเพียงร้อยละ 45 – 66 เท่านั้น

ตารางที่ 2 ร้อยละของผู้สูบบุหรี่ปัจจุบัน จำแนกตามกลุ่มอายุและประสิทธิผลของภาพคำเตือนบนซอง บุหรี่ ปี 2554

กลุ่มอายุ	ผู้สูบบุหรี่ปัจจุบัน			เฉพาะผู้สูบบุหรี่ปัจจุบันที่นึกถึงการเลิกบุหรี่จากการเห็น PHWs
	เคยสังเกตเห็น PHWs	PHWs ทำให้นึกถึงอันตรายของบุหรี่ต่อสุขภาพ	PHWs ทำให้นึกถึงการเลิกบุหรี่	ความพยายามเลิกสูบบุหรี่
15-17 ปี	100.0%	60.0%	56.6%	67.2%
18-20 ปี	97.7 %	65.6%	60.2%	79.3%
ตั้งแต่ 21 ปีขึ้นไป	94.2%	72.4%	63.1%	80.9%
ปชก.รวม (15 ปีขึ้นไป)	94.6%	71.4%	62.6%	80.3%

ง. PHWs ช่วยให้ผู้ไม่สูบบุหรี่ (never smoker in their lifetime) เมื่อเห็นแล้ว ยังคงไม่ต้องการสูบบุหรี่/ ไม่คิดจะริเริ่มหรือลองสูบบุหรี่เห็นได้จากผู้ไม่สูบบุหรี่ ร้อยละ 98.2 ระบุว่า PHWs ทั้ง 10 ภาพ เมื่อเห็นแล้วทำให้ไม่อยาก/ไม่ต้องการสูบบุหรี่

ความไม่อยาก/ไม่ต้องการสูบบุหรี่ของผู้ไม่สูบบุหรี่ (never smoker in their lifetime) ที่อาจเป็นผลมาจากการสังเกตเห็น PHWs ที่นำมาใช้เผยแพร่ในสังคมอย่างต่อเนื่องนี้ ยัง

สามารถยืนยันได้จากจำนวนของผู้ไม่สูบบุหรี่ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 64.2 (33.7 ล้านคน) ในปี 2552 เป็นร้อยละ 65.6 (35.5 ล้านคน) ในปี 2554

จ. เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นว่าจะเลิกสูบบุหรี่เพราะฉลากคำเตือน 4 สิบบนซองบุหรี่พบว่าในช่วง 2 ปีของรอบการสำรวจในช่วงที่ผ่านมา (ปี 2552 และ 2554) ลดลงอย่างชัดเจนจากร้อยละ 67.0 เป็นร้อยละ 62.6

ข้อค้นพบนี้ สนับสนุนว่าประเทศไทยควรเปลี่ยนภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ชุดล่าสุด (ชุด

ที่ 3) ซึ่งมีระยะเวลาบังคับใช้นาน 2 ปี 10 เดือน (หรือ 34 เดือน) รวมถึงควรเปลี่ยนภาพใหม่ทั้งหมด เนื่องจากผู้สูบบุหรี่ปัจจุบัน เริ่มมีความคุ้นชินกับการเห็นภาพ โดย 3 ใน 10 รูป ใช้มาเป็นเวลา 7 ปี และ 5 ใน 10 รูป ใช้มาเป็นเวลา 5 ปี

2. ข้อค้นพบที่น่าสนใจจากการศึกษาอื่นๆ โดยสังเขป มีดังนี้

ก. Azagba and Sharaf⁹ พบว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่มีความสัมพันธ์กับการลดลงของอัตราการสูบบุหรี่อย่างชัดเจน (smoking prevalence) (OR = 0.875; CI = 0.821 – 0.932) หรือกล่าวได้ว่าภาพคำเตือนเป็นปัจจัยป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงของการบริโภคยาสูบ รวมถึงช่วยเพิ่มความพยายามเลิกสูบบุหรี่ (OR = 1.330; CI = 1.187 – 1.490)

ข. Richard และคณะ¹⁰ ระบุว่าภาพคำเตือนบนซองที่ยิ่งมีขนาดใหญ่ ยิ่งส่งผลให้เกิดความชัดเจนในการสังเกตเห็น (more notice) จดจำ (remember) และระลึกถึง (more likely to recall) ผลกระทบของสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคยาสูบ

ค. การศึกษาเปรียบเทียบของ Hammond และคณะ¹¹⁻¹² พบว่า

○ การเห็นคำเตือนเป็นข้อความบนซองบุหรี่ที่พบใน USA ส่งผลให้เกิดการรับรู้ผลกระทบทางสุขภาพที่เกิดจากการบริโภคยาสูบในระดับที่ต่ำกว่าการเห็นคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพที่เผยแพร่ในแคนาดาและออสเตรเลีย

○ คำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพทำให้เกิดการนึกถึงการเลิกสูบบุหรี่มากกว่าการเห็นคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นข้อความ

○ ภาพที่มีขนาดใหญ่ เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารผลกระทบต่อสุขภาพที่เกิดจากการสูบบุหรี่ต่อผู้สูบบุหรี่ และลดความแตกต่างของการรับรู้/ รับทราบความหมายของภาพแม้มีเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน รวมถึงเพิ่มการรับรู้/ ตระหนักถึงผลกระทบต่อสุขภาพ และยิ่งมีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มขึ้นของความตั้งใจเลิก และเลิกได้ในที่สุด

○ 1 ใน 5 ของผู้สูบบุหรี่ปัจจุบันชาวแคนาดา ระบุว่ามีการสูบบุหรี่ลดลงเมื่อสังเกตเห็นคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพ และผู้ที่เคยสูบบุหรี่แต่เลิกแล้ว (Former smokers) ระบุว่าภาพคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เลิกได้ และยังคงไม่กลับมาสูบบุหรี่อีก

ง. การศึกษาของน้องเล็ก บุญจุง สุดสาคร ไชยสาร และประภาศิต ภัคดี¹³ พบว่าภายหลังรณรงค์ด้วยคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นรูปภาพ (ชุดที่ 2: 4 สี 9 รูป) ทำให้ร้อยละ 53.8 ของผู้สูบบุหรี่ปัจจุบัน มีความถี่ของการสูบบุหรี่ลดลง ร้อยละ 17.0 กำหนดเป้าหมายของการเลิกสูบบุหรี่ภายในอีก 6 เดือนข้างหน้า สำหรับผู้ที่เคยสูบบุหรี่แต่เลิกแล้ว ร้อยละ 63.7 ระบุว่าภายหลังเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ทำให้ไม่กล้ากลับไปสูบบุหรี่ และผู้ไม่เคยสูบบุหรี่ ร้อยละ 86.9 ระบุว่าภายหลังเห็นภาพ คำเตือนบนซองบุหรี่ทำให้ไม่กล้าทดลองสูบบุหรี่

สรุป

จากผลการทบทวนข้อเท็จจริงทั้งในเชิงวิชาการและปรากฏการณ์ สะท้อนให้เห็นชัดเจนถึงประสิทธิผลของคำเตือนบนซองบุหรี่ที่เป็นรูปภาพที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มด้อยโอกาสที่มีความสามารถต่ำในการอ่านออกเขียนได้ ซึ่งการใช้รูปภาพสามารถสื่อสารได้ชัดเจนและมีผลต่อความรู้และความตระหนักต่อพิษภัยของบุหรี่และควันบุหรี่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสูบบุหรี่ที่ลดลง อีกทั้งภาพคำเตือนที่มีขนาดใหญ่กว่ามีประสิทธิผลต่อกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้มากกว่าเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยจึงควรให้ความสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิผลของการใช้ภาพคำเตือนให้มีมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ควรมีการจัดทำชุดใหม่ ทุก 2 ปี ซึ่งนอกจากจะสอดคล้องกับแนวปฏิบัติข้อ 11 ตามกรอบอนุสัญญาที่แนะนำให้ประเทศภาคีสมาชิกควรปรับเปลี่ยนภาพคำเตือนบนซองบุหรี่เป็นประจำทุก 1 – 2 ปีแล้ว ยังมีผลต่อกลุ่มผู้สูบบุหรี่ที่เริ่มมีความคุ้นชินกับภาพเดิมจะได้รับการกระตุ้นเตือนด้วยความรู้ใหม่

2. ในแต่ละครั้งของการจัดทำภาพคำเตือนชุดใหม่ ควรมีการประเมินประสิทธิผลของภาพแต่ละภาพ เพื่อประกอบการตัดสินใจในการคงภาพหรือการหมุนเวียนภาพเพื่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด อย่างไรก็ตาม แม้ภาพนั้นๆ จะ

ได้รับการประเมินว่ามีประสิทธิผลก็ตาม แต่ในช่วงเวลาหนึ่งจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนภาพ ทั้งนี้เพราะการพบเห็นภาพเดิมๆ อย่างต่อเนื่องเป็นเวลานานจะส่งผลต่อการลดลงของประสิทธิผลของภาพต่อการนึกถึงการเลิกบุหรี่

3. ควรขยายขนาดของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อให้มองเห็นรายละเอียดของภาพที่ชัดเจนขึ้น และรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ เพื่อเพิ่มประสิทธิผลของภาพ อีกทั้งเป็นการจำกัดการใช้พื้นที่บนซองบุหรี่ในการออกแบบที่มีเป้าหมายเพื่อการโฆษณาและจูงใจผู้บริโภคของอุตสาหกรรมยาสูบ

4. เลือกใช้ภาพที่สื่อความหมายได้ชัดเจนตรงไปตรงมา สามารถสื่อสารเข้าถึงความคิดและความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ และเป็นภาพที่จดจำได้ง่าย

5. ภาพคำเตือนที่ประกาศใช้ควรมีการนำไปเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ให้กว้างขวางและต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนรับทราบถึงวัตถุประสงค์ ความสำคัญของภาพคำเตือนและคำสำคัญหลักที่ต้องการสื่อสารถึงประชาชน

เอกสารอ้างอิง

1. Cigarette package health warnings: international status. Canadian Cancer Society. October, 2012.
2. The ASEAN Tobacco Control Report Card, June 2012.
3. ศรัณญา เบญจกุล และคณะ สถานการณ์และแนวโน้มการบริโภคยาสูบของประชากรไทย

- พ.ศ. 2534 – 2552. นนทบุรี: บริษัทไนซ์ เอิร์ธ ดีไซน์ จำกัด, 2553: 92-7.
4. ณัฐพล เทศขยัน ภัทรินทร์ ศิริทรากุล ธีญวรรณ สุลำปิง และศรัณญา เบญจกุล. “การประเมินผลภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ 10 ภาพตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข” ใน จากผลงานเชิงวิชาการสู่การขับเคลื่อนนโยบาย และกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุมยาสูบ. ศรัณญา เบญจกุล และศิรัชัย พรรณณะ, บรรณาธิการ. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555.
 5. WHO Framework Convention on Tobacco Control: guidelines for implementation Article 5.3; Article 8; Article 9 and 10; Article 11; Article 12; Article 13; Article 14, 2011 edition, Printed in France.
 6. <http://www.fda.gov/syn/html/ucm259953.html> (accessed February 15, 2013).
 7. Bureau of Tobacco Control, Department of Disease Control, Ministry of Public Health. Global Adult Tobacco Survey: Thailand Country Report. Bangkok: Jarean-Dee Printing, 2009.
 8. ศรัณญา เบญจกุล และคณะ. บทสรุปผู้บริหาร โครงการสำรวจการบริโภคยาสูบในผู้ใหญ่ระดับโลก ปี 2554. ปทุมธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2555.
 9. Azagba, S. and Sharaf, M.F. The effect of graphic cigarette warning labels on smoking behavior: evidence from the Canadian experience. *Nicotine & tobacco research*. 2013; 15 (3): 708-17. Available: <http://www.ntr.oxfordjournals.org/content/early/2012/09/12/ntr.nts194.abstract> (accessed February 16, 2013).
 10. Richard, J.B., et al. “Changing the regulatory landscape.” In *Ending the tobacco problem: a blueprint for the nation*. Institute of Medicine of the national academics, USA, 2007.
 11. Hammond, D., et al. “effectiveness of cigarette warning labels in informing smokers about the risks of smoking: findings from the international tobacco control (ITC) four country survey.” *Tobacco Control*. 2006; 15 (Suppl 3): iii19 – iii25.
 12. Hammond, D., et al. The impact of cigarette warning labels and smoke-free by laws on smoking cessation: evidence from former smokers. *Canadian Journal of Public Health*. 2004; 95 (3): 201-4.
 13. น้อยเล็ก บุญสูง สุดสาคร ไชยสาร และประกาศิต ภัคดี. “ผลของภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ต่อพฤติกรรมและทัศนคติในการสูบบุหรี่: กรณีศึกษาชุมชนศรีไค อำเภอลำลูกกา จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารควบคุมยาสูบ. 2550; 1(3).