

ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในฉลากของบุหรี่ยิกาแรต และยาเส้นในประเทศไทย

ศิริวรรณ พิทยรังสฤษฎ์^{1,2*} หริสร ทวีพัฒนา¹ นุชรี ศรีวิโรจน์¹

¹ ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) มหาวิทยาลัยมหิดล

² สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อความในฉลากบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้นที่มีจำหน่ายในท้องตลาดในประเทศไทย ว่าเป็นไปตามเจตจำนงของพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 โดยเน้นประเด็นเรื่องการห้ามใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด และโฆษณาในฉลากบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้น โดยรวบรวมตัวอย่างซองบุหรี่ยิกาแรตได้ 51 ตัวอย่าง และยาเส้นได้ 10 ตัวอย่างที่พบในท้องตลาด ใน พ.ศ. 2552 โดยนำข้อมูลมาสอบถามความคิดเห็น ผ่านการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมยาสูบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และได้จัดการสนทนากลุ่มกับเยาวชนจำนวน 3 กลุ่ม รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน ผลการศึกษาพบว่า ซองบุหรี่ยิกาแรต 31 ตรา และซองยาเส้น 4 ตรา ที่ผู้เชี่ยวชาญและเยาวชนระบุว่าไม่เป็นไปตามกฎหมาย โดย ข้อความหรือคำที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเป็นบุหรี่ยิกาแรตปลอดภัยหรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ยิกาแรตทั่วไป มีจำนวน 8 ข้อความ เช่นคำว่า MELLOWNESS, SMOOTH, GOLD, Filter, Deluxe Naturally และ Carefully เป็นต้น และข้อความอื่นๆ ที่อาจเข้าข่ายการการโฆษณา มีจำนวน 28 ข้อความ ขณะที่บนซองยาเส้นมี 4 ข้อความที่เป็นการโฆษณา เช่นคำว่า ฉุน ฉุนพิเศษ รุนพิเศษ และ อย่างดี เป็นต้น ผลของการศึกษานำไปใช้ในการออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขฉบับที่ 15 เรื่องข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือจูงใจให้บริโภค ในฉลากของบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้น มีผลบังคับใช้ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2554

คำสำคัญ: ข้อความ / การโฆษณา / บุหรี่ยิกาแรต / ยาเส้น

* Corresponding author: ดร.ทพญ.ศิริวรรณพิทยรังสฤษฎ์ ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)

email: pitayangsarit@gmail.com

Terms and Advertising on Manufacturer Cigarette Pack and Roll-Your-Own Tobacco Pack in Thailand

Siriwan Pitayarangsarit^{1,2*} Haris Taveeputtana¹ Nucharee Srivirojana¹

¹ Tobacco Control Research and Knowledge Management Center (TRC), Mahidol University

² International Health Policy Program, Thailand

Abstract

This study aims to investigate the terms on manufacturer cigarette pack and Roll-Your-Own tobacco pack in Thailand which may suggest false belief or to advertise specific characteristics for product marketing. Fifty one samples of cigarette packs and 10 samples of Roll-Your-Own (RYO) tobacco packs, which were available in the market, were collected in 2009. Focus group discussion amongst tobacco control experts and marketing experts was used to identify misleading descriptors and advertising terms. In addition, focus group discussions among smoker and non-smoker youths also conducted to find out their perception on the misleading descriptors and advertising terms on cigarette and of RYO tobacco packs. The results found that thirty one samples of manufacturer cigarette packs and four brands of roll-your-own (RYO) tobacco packs include at least a term in two categories; that suggest it is safer than others or that advertises a specific characteristic. The experts and youth notify that there are 8 descriptors that suggest the brand is safer than others. There are 28 and 4 descriptors respectively such as that have MENTHOL, EXTRA, SELECTION, SELECT, FROST, ICE, MAX, CRISP, ORIGINAL, SKY, FAMOUS, Special, MORE TASTE, Pleasure, Genuine Tastes and Carefully been used to advertise on the cigarette packs and Roll-Your-Own tobacco packs. Some part of the results in this study have been used to advocate for revision of the tobacco control regulations regarding the use of descriptors on cigarette and RYO tobacco pack and will enact in October, 2011.

KEY WORDS: TERMS / ADVERTISING / CIGARETTE PACK / ROLL-YOUR-OWN TOBACCO
PACK

* Corresponding author: Dr. Siriwan Pitayarangsarit, Tobacco Control Research and Knowledge Management Center (TRC), Mahidol University email: pitayarangsarit@gmail.com

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันบุหรี่และยาเส้นได้แพร่หลายสู่เยาวชนมากขึ้น โดยอุตสาหกรรมยาสูบได้มีการพัฒนารูปแบบการตลาดที่สามารถโน้มน้าวใจให้เยาวชนรลองกลายเป็นนักสูบหน้าใหม่ จะเห็นได้ว่าอัตราการสูบบุหรี่ในกลุ่มเยาวชนได้สูงขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 15-18 ปีที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.4 ใน พ.ศ. 2544 เป็นร้อยละ 9.2 ใน พ.ศ. 2554 ขณะที่การสูบบุหรี่ในกลุ่มเยาวชนอายุ 19-24 ปีเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20.9 ใน พ.ศ. 2547 เป็นร้อยละ 22.0 ใน พ.ศ. 2554¹ ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าเยาวชนกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมยาสูบ ทั้งนี้เพราะเยาวชนเป็นนักสูบหน้าใหม่ที่ช่วยเพิ่มสัดส่วนทางการตลาดเพื่อทดแทนนักสูบหน้าเก่าที่เสียชีวิตไปเนื่องจากการสูบบุหรี่ และกลุ่มเยาวชนที่สูบบุหรี่ปัจจุบันจะสูบต่อเนื่องไปอีกหลายสิบปี

อุตสาหกรรมยาสูบได้พัฒนานวัตกรรมการผลิตและรูปแบบการตลาดที่หลากหลาย ซึ่งซองบุหรี่เป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งที่บริษัทผู้ผลิตบุหรือนำมาใช้เป็นสื่อโฆษณา จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ได้มีการนำคำหรือข้อความและสีมาใช้ในฉลากบนซองบุหรี่เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจผิด เช่น มีการใช้คำว่า มีสารพิษน้อย (low tar) และบางเบา (light) เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและเชื่อว่าเขากำลังสูบบุหรี่ที่มีสารพิษน้อย และมีความปลอดภัย นอกจากนี้ได้มีการใช้สีบนซองบุหรี่

เช่น สีฟ้า เพื่อสร้างทัศนคติว่า บุหรี่ดังกล่าวเป็นบุหรี่ที่มีสารพิษน้อย²

กรอบอนุสัญญาระหว่างประเทศว่าด้วยการควบคุมยาสูบมาตรา 11 ขององค์การอนามัยโลก ได้ชี้แนะให้ฝ่ายต่างๆ เห็นความสำคัญในการใช้มาตรการที่มีประสิทธิภาพในการควบคุมการออกฉลากและบรรจุภัณฑ์ยาสูบ³ โดยเสนอแนะให้ห้ามไม่ให้มีการนำคำหรือข้อความ คำอธิบาย ยี่ห้อ รูปภาพหรือสัญลักษณ์ต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมมาใช้บนบรรจุภัณฑ์หรือซองยาสูบที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่า ยาสูบยี่ห้อดังกล่าวมีอันตรายน้อยกว่ายาสูบยี่ห้ออื่นๆ ตัวอย่างของการนำคำหรือข้อความมาใช้เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจผิดดังกล่าว เช่น การใช้คำว่ามีสารพิษน้อย (low tar) บางเบา (light) อ่อนเป็นพิเศษ (extra light) หรือ ปานกลาง (medium) เป็นต้น⁴ นอกจากนี้แนวทางปฏิบัติตามมาตรา 11 ในกรอบอนุสัญญาดังกล่าวซึ่งเริ่มใช้ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2551 ยังแนะนำให้ห้ามใช้คำว่า extra ซึ่งแปลว่า “มากเป็นพิเศษ” และคำว่า ultra ซึ่งแปลว่า “พิเศษ” ด้วยเช่นกัน ซึ่งในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2553 มีผู้ที่เกี่ยวข้องฝ่ายต่างๆ รายงานว่า มีการนำคำหรือข้อความที่ทำให้เกิดความเข้าใจผิดมาใช้บนซองบุหรี่เพิ่มสูงขึ้นถึง 88 คำ⁵

Hammond และคณะได้ศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคในประเทศอังกฤษเกี่ยวกับซองบุหรี่ โดยทำการสำรวจผ่านสื่อ

อิเล็กทรอนิกส์ในปี พ.ศ. 2550 จากการศึกษาพบว่า การนำคำว่า “smooth” ซึ่งแปลว่า “ราบเรียบ ไม่มีอุปสรรค” คำว่า ‘silver’ ซึ่งแปลว่า “สีเงิน” และ ‘gold’ ซึ่งแปลว่า “สีทองคำ” มาใช้ ก็สามารถทำให้เกิดความเชื่อที่ผิดๆ ได้เช่นกัน⁶

หลังจากที่คณะกรรมการการการค้าประเทศนิวซีแลนด์ได้ออกประกาศเตือนให้บริษัทผู้ผลิตบุหรี่หลายบริษัทนำคำว่า “light” ซึ่งแปลว่า บางเบา และคำว่า “mild” ซึ่งแปลว่า อ่อน หรือเล็กน้อย ออกจากฉลากบนซองบุหรี่ แต่ผลจากการศึกษาเชิงสำรวจในประเทศนิวซีแลนด์โดยการเก็บตัวอย่างซองบุหรี่ที่ถูกทิ้งอยู่ตามสถานที่ต่างๆ พบว่า มีการนำคำอื่นๆ รวมถึงคำว่า เบาและปานกลางมาใช้บนซองบุหรี่ ข้อความต่างๆ เหล่านี้เป็นคำที่อาจทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการสูบบุหรี่ดังกล่าวเป็นบุหรี่ที่อ่อนหรือเข้มข้นกว่าบุหรี่ชนิดอื่นๆ ได้เช่นกัน⁷

ผลการวิจัยสำรวจในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 พบว่า ประมาณร้อยละ 46 ของคนไทยที่สูบบุหรี่เห็นด้วยกับความคิดที่ว่า บุหรี่ที่มีรสอ่อน มีอันตรายน้อยกว่าบุหรี่ที่มีรสเข้ม และอีกร้อยละ 35 เห็นด้วยเช่นกันว่า บุหรี่ที่มีเมนทอลมีอันตรายน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไป⁸ หากแต่ยังไม่มีการศึกษาว่าข้อความใดที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่า บุหรี่ดังกล่าวมีความปลอดภัยมากกว่าบุหรี่ชนิดอื่นซึ่งข้อความดังกล่าวเป็นความผิดตามกฎหมายในประเทศไทย

ไทย โดยที่พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ได้กำหนดมาตราที่ใช้ควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบไว้ 2 มาตราหลักๆ คือ มาตรา 12 และมาตรา 8 ดังนี้

1) พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 (มาตรา 12) กำหนดให้ “ผู้ผลิตหรือผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยาสูบต้องแสดงฉลากที่บ่งบอผลิตภัณฑ์ยาสูบก่อนที่จะนำออกจากแหล่งผลิตหรือก่อนที่จะนำเข้ามาในราชอาณาจักร แล้วแต่กรณี” โดยยังได้กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขในการแสดงฉลากและข้อความในฉลากให้เป็นไปตามประกาศคณะรัฐมนตรีที่กำหนดไว้ในราชกิจจานุเบกษา และประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2549 ได้กำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการแสดงคำหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิดบนฉลากบุหรี่ซิการ์ แรต บุหรี่ซิการ์ และยาเส้น โดยกำหนดไว้ว่า ฉลากที่พิมพ์บนซองหรือภาชนะบรรจุกล่องหรือกระดาหุ้มห่อของหรือภาชนะบรรจุบุหรี่ซิการ์ แรต บุหรี่ซิการ์ หรือยาเส้น ที่ผลิตหรือนำเข้ามาในราชอาณาจักรไทย จะต้องไม่มีคำว่า Mild, Medium, Light, Ultra light, Low tar หรือคำหรือข้อความที่มีความหมายทำนองเดียวกัน ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นบุหรี่ที่ปลอดภัย หรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไป⁹

2) พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 (มาตรา 8) กำหนดว่า “ห้ามมิให้ผู้ใดโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือแสดงชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบในสิ่งพิมพ์ ทางวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ หรือสิ่งอื่นใดที่ใช้เป็นการโฆษณาได้ หรือใช้ชื่อหรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบในการแสดง การแข่งขัน การให้บริการ หรือการประกอบกิจกรรมอื่นใดที่มีวัตถุประสงค์ให้สาธารณชนเข้าใจว่าเป็นชื่อ หรือเครื่องหมายของผลิตภัณฑ์ยาสูบ”¹⁰

แม้ว่ากฎหมายทั้ง 2 มาตราข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความพยายามในการป้องกันมิให้อุตสาหกรรมยาสูบใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในการใช้ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดบนของบุหรี่ย รวมถึงการห้ามโฆษณาบนฉลากของบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้น แต่อุตสาหกรรมยาสูบก็ยังคงอาศัยช่องว่างของกฎหมาย ทำการโฆษณาบนของบุหรี่ยิกด้วยวิธีการต่างๆ ดังนั้นการศึกษาเรื่องข้อความต่างๆ ที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดและคำโฆษณาบนของบุหรี่ยิกาแรต บุหรี่ยิการ์ และยาเส้น จึงมีความสำคัญยิ่งที่จะช่วยให้เข้าใจว่าอุตสาหกรรมยาสูบได้นำข้อความที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือเข้าใจว่าเป็นบุหรี่ยี่ปลอดภัย หรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ยี่ทั่วไป หรือใช้คำโฆษณาบนผลิตภัณฑ์ยาสูบต่างๆอย่างใดบ้าง ทั้งในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมยาสูบ ผู้เชี่ยวชาญด้าน

การตลาด และกลุ่มเยาวชนซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมยาสูบ

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือข้อความโฆษณาในฉลากของบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้น ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมยาสูบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และกลุ่มเยาวชน

วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บข้อมูลแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ

ระยะที่ 1 ระหว่างเดือน ตุลาคม – ธันวาคม 2552

1.1) เก็บรวบรวมข้อมูลตัวอย่างฉลากของบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้นที่มีจำหน่ายในประเทศไทยโดยแบ่งเป็นซองบุหรี่ยิกาแรต 51 ตัวอย่างและยาเส้น 10 ตัวอย่าง โดยไม่ซ้ำแบบกัน

1.2) นำข้อมูลตัวอย่างฉลากของบุหรี่ยิกาแรตและยาเส้นที่รวบรวมมาทำการถ่ายภาพและฉายภาพนิ่งที่ละรูป เพื่อสอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมยาสูบจำนวน 6 ท่านและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน 2 ท่าน โดยใช้การสนทนากลุ่มด้วย 3 คำถามหลัก คือ (1) ซองบุหรี่ยี่นี้มีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจว่าปลอดภัยกว่าบุหรี่ยี่ทั่วไป หรือเข้าใจว่ามีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ยี่ทั่วไปหรือไม่ (2) ซองบุหรี่ยี่

นี้มีข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็น การโฆษณาหรือไม่ และ (3) ข้อความใดบน ของบุหรี่นี้เป็นข้อความที่อาจก่อให้เกิดความ เข้าใจว่าปลอดภัยกว่าบุหรี่ทั่วไป หรือเข้าใจว่า มีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไป และ ข้อความใดที่แสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการ โฆษณา

ระยะที่ 2 ระหว่างเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 2554

ผู้ศึกษาได้จัดการสนทนากลุ่มกับ เยาวชน 3 กลุ่มซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของ อุตสาหกรรมยาสูบเพื่อศึกษาความคิดเห็นจาก เยาวชน โดยศึกษาในนักศึกษาคณะนิเทศ ศาสตร์และคณะอื่นๆ คละกันทั้งที่สูบและไม่ สูบบุหรี่รวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน โดยใช้ 3 ข้อ คำถามหลักเช่นเดียวกับที่ใช้กับผู้เชี่ยวชาญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มกับ ผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมยาสูบ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการตลาด และกลุ่มเยาวชน ได้ถูกนำมา วิเคราะห์เนื้อหา โดยแยกเป็น 2 ประเด็นหลัก คือ 1) มีคำหรือข้อความใดบ้างที่ทำให้เกิด ความเข้าใจผิดว่า บุหรี่ดังกล่าวมีความ ปลอดภัยกว่าบุหรี่ทั่วไป หรือเข้าใจว่ามีระดับ สารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไป และมีข้อความใดที่ แสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา และ 2) ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มให้ความหมาย

เหตุผล หรือความรู้สึกอย่างไรต่อข้อความ ดังกล่าว

นิยามศัพท์

1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุมยาสูบ หมายถึง ผู้ที่มีประสบการณ์และสามารถให้ ความเห็นด้านการควบคุมยาสูบได้เป็นอย่างดี

2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด หมายถึง ผู้เชี่ยวชาญในเชิงเทคนิคการตลาด ที่มี ประสบการณ์และสามารถให้ความเห็นในเชิง เทคนิคการตลาดได้เป็นอย่างดี

3) เยาวชน หมายถึง ผู้ที่อายุระหว่าง 18-24 ปี ทั้งเพศหญิงและเพศชายและทั้งที่สูบ และไม่สูบบุหรี่

ผลการศึกษา

พบว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการควบคุม ยาสูบและผู้เชี่ยวชาญด้านการโฆษณามี ความเห็นว่า มีบุหรี่ยี่ห้อที่มีข้อความหรือคำ ที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดว่าเป็นบุหรี่ที่ ปลอดภัยหรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ ทั่วไป โดยมีทั้งหมด 6 ข้อความที่ไม่เป็นไปตาม ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ประกอบด้วยคำ ว่า mellowness (ความเบื่อบาน) smooth (ราบเรียบ ไม่มีอุปสรรค) gold (ทองคำ) filter (ตัวกรอง) deluxe (ดีเลิศ) และเดอลุกซ์ (ดี เลิศ) ขณะที่ยาเส้นไม่มีข้อความในลักษณะ ดังกล่าว

ผลการศึกษาจากกลุ่มเยาวชน พบว่า เยาวชนก็มีความเห็นว่ามีอีก 2 คำ/ข้อความ ที่เพิ่มเติมจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคือ naturally และ carefully ซึ่งเป็นคำที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นบุหรี่ที่ปลอดภัย หรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไปได้ รวมทั้งสิ้นเป็น 8 คำ/ข้อความ

นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ความเห็นว่ามีคำ/ข้อความอื่นๆ อีก 23 คำ/ข้อความที่อาจเข้าข่ายการแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณาบนซองบุหรี่ซิการ์แรตประกอบด้วยคำว่า EXTRA (มากกว่าปกติ เป็นพิเศษ) SELECTION (เลือกสรรสิ่งที่เลือกสรร) SELECT (ดีเลิศซึ่งผ่านการเลือก) FROST (เย็นจัด) ICE (น้ำแข็ง) MAX (มากกว่าปกติ) CRISP (สดชื่น มีชีวิตชีวา) ORIGINAL (ใหม่สด) SKY (ท้องฟ้า) FAMOUS (มีชื่อเสียง) Special (พิเศษ) MENTHOL (การบูร เมนทอล) MELLOWNESS (ความเบิกบาน) SMOOTH (ราบเรียบ ไม่มีอุปสรรค) GOLD (สีทองคำ) Filter (ตัวกรอง) Deluxe (ดีเลิศ) เดอลุกซ์ (ดีเลิศ) Flavour flue (ปรุงรส รสชาติ) COOL (เย็น ยอดเยี่ยม) Luminous mark (หลักแหลมแจ่มชัดมาก) Sun ripened (แสงอาทิตย์ ทำให้เหมาะสม) และ ICY (เย็นเยือก) ขณะที่กลุ่มเยาวชนให้ความเห็นว่ามีอีก 5 ข้อความที่เพิ่มเติมจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ คือ Naturally (เป็นธรรมชาติ) More taste (เพิ่ม

รสชาติมากขึ้น) Pleasure (ปิติยินดี พอใจ) Genuine Taste (ของจริง ของแท้) และ Carefully (อย่างระมัดระวัง) ซึ่งเป็นข้อความที่อาจเข้าข่ายการแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณาบนซองบุหรี่ซิการ์แรต รวมทั้งสิ้นเป็น 28 คำ/ข้อความ

สำหรับข้อความที่ผู้เชี่ยวชาญและเยาวชนเห็นตรงกันว่า เป็นข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา (มาตรา 8) ในฉลากบนซองยาเส้น มี 3 คำ/ข้อความ คือ ฉุน ฉุนพิเศษ และ รุนพิเศษ ขณะที่กลุ่มเยาวชนมีความเห็นเพิ่มเติมจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นคำที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา (มาตรา 8) ในฉลากบนซองยาเส้น มีอีก 1 คำ/ข้อความ คือ “อย่างดี”

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ทั้งผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเยาวชนมีความเห็นว่ามีซองบุหรี่ซิการ์แรต 31 ตรา ที่มีข้อความอย่างน้อยหนึ่งข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นบุหรี่ที่ปลอดภัย หรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไปตามมาตรา 12 หรือมีข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณาในฉลากของซองบุหรี่ซิการ์แรต ตามมาตรา 8 ขณะที่ซองยาเส้น 4 ตรา มีข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณาในฉลากบนซองยาเส้น ดังแสดงในตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

ตารางที่ 1 คำ/ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด คิดว่าปลอดภัย หรือมีสารพิษน้อย หรือคำ/ข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา ที่พบบนฉลากบุหรี่ซิการ์เรต

ลำดับ	ตราบุหรี่ซิการ์เรต	คำ/ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือ การโฆษณาในฉลากของบุหรี่ซิการ์เรต	
		คำ/ข้อความ ที่อาจ ก่อให้เกิดความเข้าใจ ว่าปลอดภัยกว่าบุหรี่ ทั่วไป (มาตรา 12)	คำ/ข้อความที่อาจ แสดงคุณลักษณะพิเศษ ที่เป็นการโฆษณา (มาตรา 8)
1.	WONDER (รสเมนทอล)		EXTRA, MENTHOL
2.	กรองทิพย์ 90 เดอลุกซ์	เดอลุกซ์	เดอลุกซ์
3.	ROYAL STANDARD 90 Deluxe	Deluxe	Deluxe
4.	BENSANAND HEDGES SPECIAL FILTER	Filter	Special, Filter
5.	DUNHILL BLUE COLOUR	MELLOWNESS	MELLOWNESS
6.	DUNHILL RED COLOUR		Flavour flue, SELECTION
7.	DUNHILL FROST		FROST
8.	JOHN PLAYER SPECIAL KING SIZE		SPECIAL
9.	JOHN PLAYER SPECIAL MENTHOL		SPECIA , MENTHOL
10.	L&M KING SIZE	Filter	Filter
11.	L&M (BLUE) FLIP TOP BOX	SMOOTH	SMOOTH
12.	L&M MENTHOL KING SIZE	SMOOTH	SMOOTH, MENTHOL
13.	L&M (WHITE) MENTHOL FLIP TOP BOX	SMOOTH	SMOOTH, MENTHOL
14.	L&M ICE		ICE, COOL
15.	L&M MAX		MAX
16.	L&M SELECT (RED)		Luminous mark, SELECT
17.	L&M SELECT (GREEN)		Luminous mark, SELECT
18.	LONDON KING SIZE	Filter	Filter
19.	LONDON MENTHOL		MENTHOL

ตารางที่ 1 คำ/ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด คิดว่าปลอดภัย หรือมีสารพิษน้อย หรือคำ/ข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา ที่พบบนฉลากบุหรี่ยิกาแรต (ต่อ)

ลำดับ	ตราบุหรี่ยิกาแรต	คำ/ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด หรือ การโฆษณาในฉลากของบุหรี่ยิกาแรต	
		คำ/ข้อความ ที่อาจ ก่อให้เกิดความเข้าใจ ว่าปลอดภัยกว่าบุหรี่ยิกา ทั่วไป (มาตรา 12)	คำ/ข้อความที่อาจ แสดงคุณลักษณะพิเศษ ที่เป็นการโฆษณา (มาตรา 8)
20.	MARLBORO (WHITE) MENTHOL FLIP TOP BOX		MENTHOL
21.	MARLBORO MENTHOL		MENTHOL
22.	MARLBORO CRISP MINT		CRISP, ICY, MENTHOL
23.	MILD SEVEN ORIGINAL BLUE	Filter	ORIGINAL, Filter
24.	MILD SEVEN SKY BLUE	Filter	SKY, Filter
25.	PALL MALL BLUE COLOUR		Sun ripened
26.	PALL MALL GREEN COLOUR (สีเขียวเข้ม)		FAMOUS
27.	PALL MALL GREEN COLOUR(สีเขียวอ่อน)		Sun ripened, FAMOUS
28.	PALL MALL RED COLOUR		FAMOUS
29.	555 GOLD	GOLD	GOLD
30.	VICEROY FILTER KING	Filter	Filter
31.	VICEROY MENTHOL		MENTHOL

ตารางที่ 2 คำ/ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด คิดว่าปลอดภัย หรือมีสารพิษน้อย หรือคำ/ข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา ที่พบบนฉลากยาเส้น

ลำดับ	ตรายาเส้น	คำ/ข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็นการโฆษณา (มาตรา 8)
1.	ตราดอกพิกุล	ฉุนพิเศษ
2.	ตราแมว (สีแดง)	ฉุน
3.	ตราแมว (สีเขียว)	ฉุน
4.	ตราสิงห์	รุนแรงพิเศษ

อภิปรายผล

จากการศึกษาฉลากของซองบุหรี่ซิการ์และซองยาเส้น พบคำ/ข้อความที่อาจทำให้เข้าใจผิด หรือลักษณะที่เป็นการโฆษณาตามมาตรา 8 และมาตรา 12 ใน พ.ร.บ. ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 สอดคล้องกับการศึกษาในสหรัฐอเมริกาพบว่า รูปแบบซองบุหรี่และคำหรือข้อความบนซองบุหรี่ส่งผลกระทบต่อความเข้าใจผิดของผู้บริโภคเรื่องความเสี่ยงในการบริโภคยาสูบ¹¹ ซึ่งแม้ว่าองค์การอาหารและยาของสหรัฐอเมริกาจะห้ามใช้คำว่า Light หรือคำอื่นๆ ที่มีความหมายว่า การสูบบุหรี่มีความเสี่ยงน้อยบนฉลากซองบุหรี่ซิการ์แล้วก็ตาม บริษัทบุหรี่ยังได้นำ “สี” มาใช้บนฉลากซองบุหรี่ เพื่อเป็นสัญลักษณ์แทนความหมายของคำดังกล่าว โดยใช้มาร์ลโบโร ได้ใช้สีทองแทนคำว่า Light สีเงิน แทนคำว่า Ultra light และใช้สีฟ้า ทอง และเงิน แทนการอธิบายตราห้อยย้อยอื่นๆ¹² นอกจากนี้การศึกษาใน 3 ประเทศในสหภาพยุโรป ก็พบเช่นกันว่า กฎหมายควบคุมยาสูบใน

สหภาพยุโรป ยังมีประสิทธิภาพไม่เพียงพอที่จะจัดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับความเสี่ยงในการบริโภคยาสูบที่เป็นผลมาจากการใช้คำหรือข้อความบนฉลากซองบุหรี่ได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องป้องกันผู้บริโภคยาสูบจากความเข้าใจผิดดังกล่าว โดยการออกมาตรการที่เข้มแข็งในเรื่องซองบุหรี่แบบเรียบ¹³ การศึกษาของ สุนิดา ปรีชาวงศ์ ในปี พ.ศ. 2552 พบว่า ในประเทศไทยบริษัทบุหรี่ยังได้นำข้อความโฆษณามาใช้ เช่นคำว่า “A premium smooth taste with lasting flavor” “Blended to perfection” “A premium cool sense-tion with lasting flavor” และ “Chilled to perfection” แต่ได้ยุติการโฆษณาข้อความดังกล่าวไปแล้วหลังได้รับการแจ้งเตือนจากกรมควบคุมโรค¹⁴ ผลจากการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับข้อค้นพบจากผลการศึกษาความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญต่อคำหรือข้อความบนฉลากซองบุหรี่และยาเส้นที่แสดงให้เห็นว่า มีบุหรี่ยี่ห้อจำหน่ายในประเทศไทย 31 ตรา ที่มีการใช้ข้อความที่อาจ

ก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นบุหรี่ที่ปลอดภัย หรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไปตามมาตรา 12 หรือมีข้อความที่อาจแสดงคุณลักษณะพิเศษที่เป็น การโฆษณาบนฉลากของบุหรี่ซิการ์แรตและยาเส้นตามมาตรา 8 ที่นอกเหนือไปจากที่ระบุไว้ในประกาศกระทรวงกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2549 ซึ่งสามารถพบได้ในยาเส้นอีก 4 ตราด้วยเช่นกัน

ผลจากการศึกษาดังกล่าวส่งผลให้ กระทรวงสาธารณสุขยกเลิกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2549 และได้ ออกประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 15) พ.ศ. 2554 เรื่อง หลักเกณฑ์ วิธีการ และ เงื่อนไขการแสดงคำหรือข้อความที่อาจ ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือจูงใจให้ผู้บริโภค ใน ฉลากของบุหรี่ซิการ์แรต บุหรี่ซิการ์ ยาเส้น หรือยาเส้นปรุง ตามมาตรา 12 แห่ง พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ขึ้นแทน เพื่อให้ครอบคลุมคำหรือ ข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือคำ โฆษณาเหล่านี้มากขึ้น

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 15) กำหนดให้ฉลากบนซอง กล่อง ภาชนะ บรรจุ หรือวัสดุหุ้มห่อบุหรี่ซิการ์แรต บุหรี่ซิการ์ ยาเส้นหรือยาเส้นปรุงที่ผลิตหรือนำเข้ามาใน ราชอาณาจักร จะต้องไม่มีคำหรือข้อความ ดังต่อไปนี้

(1) “mild” “medium” “light” “ultralight” หรือ “low tar” รวมทั้งคำหรือ ข้อความอื่นใดที่มีความหมายในทำนอง เดียวกัน อันอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าบุหรี่ซิ การ์แรต บุหรี่ซิการ์ ยาเส้น หรือยาเส้นปรุงนั้นมี อันตรายหรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ซิการ์ แรต บุหรี่ซิการ์ ยาเส้น หรือยาเส้นปรุงทั่วไป

(2) “cool” “ice” “frost” “crisp” “fresh” “mint” “mellow” “rich” “ฉุน” หรือ “ฉุนพิเศษ” รวมทั้งคำหรือข้อความที่ แสดงกลิ่นหรือรส อันอาจจูงใจผู้บริโภคให้ บริโภคบุหรี่ยิการ์แรตบุหรี่ยิการ์ ยาเส้น หรือยา เส้นปรุงนั้น

(3) “smooth” “natural” “special” “genuine” “luminous” “extra” “premium” “อย่างดี” หรือ “คัดพิเศษ” รวมทั้งคำหรือ ข้อความที่แสดงคุณสมบัติหรือคุณภาพ อันอาจ จูงใจผู้บริโภคให้บริโภคบุหรี่ยิการ์แรต บุหรี่ ซิการ์ ยาเส้น หรือยาเส้นปรุงนั้นประกาศฉบับ นี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนดหนึ่งร้อยแปดสิบ วัน นับถัดจากวันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป โดยได้ประกาศไว้ ณ วันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2554¹⁵

อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมยาสูบยังคง พยายามใช้กลยุทธ์ทางการตลาด หรือใช้คำ โฆษณาอื่นๆ มาดึงดูดให้ผู้บริโภคสูบบุหรี่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการ เฝ้าระวัง ตรวจสอบและคัดกรองข้อความที่ ระบุบนซองยาสูบทุกประเภทที่วางจำหน่ายใน

ท้องตลาดเป็นระยะๆ เพื่อตักเตือนและบังคับใช้กฎหมายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และในท้ายที่สุดควรมีการกำหนดซองบุหรี่มาตรฐานหรือแบบเรียบ (plain packaging) เพื่อเป็นทางออกในการสกัดกั้นการโฆษณาบนซองบุหรี่

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

เพื่อให้การเฝ้าระวังและการบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการใช้คำหรือข้อความที่อาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด หรือเข้าใจว่าเป็นบุหรื่อดังกล่าวที่ปลอดภัยหรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไป หรือการใช้ข้อความที่ทำให้เข้าใจว่าเป็นการโฆษณา มีประสิทธิภาพมากขึ้น การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะดังนี้คือ

1) ให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจออกตรวจบุหรืซิการ์และยาเส้นที่เข้าข่ายมีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดซึ่งอาจทำให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นบุหรืที่ปลอดภัย หรือมีระดับสารพิษน้อยกว่าบุหรี่ทั่วไปในฉลากของบุหรืซิการ์และยาเส้นเป็นระยะๆ

2) เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจออกจดหมายแจ้งเตือนให้ผู้ประกอบการเก็บบุหรืซิการ์และยาเส้นที่เข้าข่ายว่ามีข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิด ภายใน 30 วัน ถ้าไม่ปฏิบัติตามก็ให้ดำเนินคดีตามกฎหมาย

3) ให้เจ้าหน้าที่ผู้มีอำนาจออกกฎหมายเพิ่มเติม เพื่อปรับปรุงข้อความที่อาจ

ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิดหรือจงใจให้บริโภคเป็นระยะๆ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก นพ.หทัย ชิตานนท์ ศ.นพ.ประกิต วาทีสาธกิจ นายศิริชัย พรณธนะ รศ.รัตนา จักกะพาก คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผศ.ศรีรัช ลาภใหญ่ ทพ.หญิงศิริเพ็ญ อรุณประพันธ์ และนักศึกษาทุกท่าน ที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

เอกสารอ้างอิง

1. ศิริวรรณ พิทยรังษฤษฎ์, ประภาพรรณ เอี่ยมอนันต์, ปวีณา ปันกระจำง, และ กุมภการ สมมิตร. สรุปสถานการณ์การควบคุมการบริโภคยาสูบประเทศไทย พ.ศ. 2555. ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ วิทยาเขตราชวิถี มหาวิทยาลัยมหิดล กรุงเทพฯ; 2555.
2. Wakefield M, Morley C, Horan J K. et al. The cigarette pack as image: new evidence from tobacco industry documents. Tob Control 2002;11 (Suppl 1):i73–80.
3. World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco

- Control. <http://www.who.int/tobacco/framework/en/>. (21 December 2010, date last accessed).
4. World Health Organization. Third session of the Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Decisions FCTC/COP/3/DIV/3: 21. http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop3/FCTC_COP3_DIV3-en.pdf. (21 December 2010, date last accessed).
 5. World Health Organization. Third session of the Conference of the Parties to the WHO Framework Convention on Tobacco Control. Reports of the Parties received by the Convention Secretariat and progress made internationally in implementation of the Convention. (Decision FCTC/COP1/(14)). Second summary report. Convention: key findings. 2010. http://apps.who.int/gb/fctc/PDF/cop3/FCTC_COP3_14-en.pdf. (21 December 2010, date last accessed).
 6. Hammond D, Dockrell M, Arnott D. et al. Cigarette pack design and perceptions of risk among UK adults and youth. *The Eur J Public Health* 2009; 19: 631-7.
 7. Peace J, Wilson N, Hoek J. et al. Survey of descriptors on cigarette packs: still misleading consumers? *N Z Med J* 2009; 122:90-6.
 8. King B, Yong H-H, Borland R, et al. Malaysian and Thai smokers' beliefs about the harmfulness of 'light' and menthol cigarettes. *Tob Control* 2010; 19:444-50.
 9. กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 12) พ.ศ. 2549 เรื่อง “การกำหนด หลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขการแสดงคำหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดการเข้าใจผิดบนฉลากบุหรี่ซิการ์ บุหรี่ซิการ์ และยาเส้น ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535” ราชกิจจานุเบกษา 29 กันยายน 2549 เล่ม 123 ตอนพิเศษ 101 ง หน้า 10; 2549.
 10. กระทรวงสาธารณสุข. พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535. กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข นนทบุรี; 2535.
 11. Travers Maansi B., Hammond David, Smith Philip, Cummings Michael, 2011. The impact of Cigarette Pack Design, Descriptors, and Warning Labels on Risk Perception in the U.S. *American Journal of Preventive Medicine*. 2011; 40(6):674–682.
 12. Connolly G., Alpert H., 2013. Has the tobacco industry evaded the FDA's ban on “Light” cigarette descriptors? *Tobacco Control* 2013; 0: 1–6.
 13. Brown A., McNeill A., Mons U., Guignard R., 2012. Do smokers in Europe think cigarette are equally harmful? *European Journal of Public Health*, Vol. 22, Supplement 1, 2012, 35–40.
 14. Preechawong S. Thailand: wiping out the last ads. *News analysis. Tob Control* 2009; 18: 428.

- 15.กระทรวงสาธารณสุข. ประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 15) พ.ศ. 2554 เรื่อง “หลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขการแสดงคำหรือข้อความที่อาจก่อให้เกิดความเข้าใจผิดหรือจงใจให้บริโภค ในฉลากของบุหรี่ยี่ห้อ บุหรี่ชการ์ ยาเส้น หรือยาเส้นปรุง ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535” ราชกิจจานุเบกษา 22 มิถุนายน 2554 เล่ม 128 ตอนพิเศษ 69 ง หน้า 53; 2554.