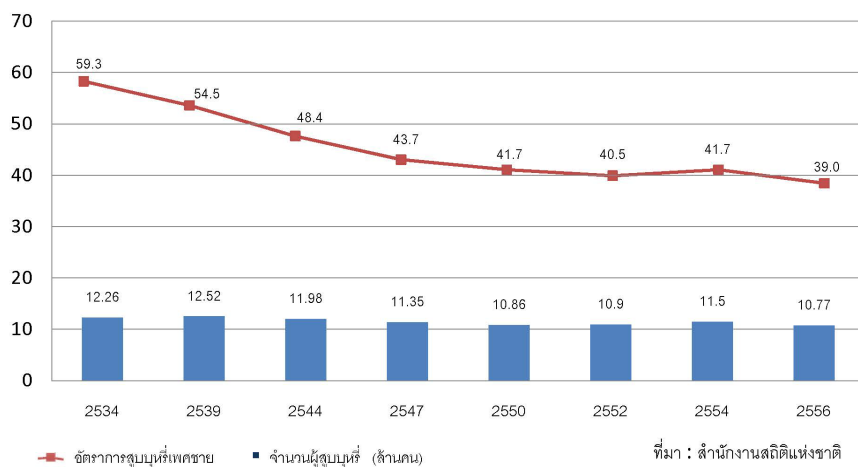


ประเทศไทยจำเป็นต้องมี กฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฉบับใหม่

1. ข้อเท็จจริง

- กฎหมายบุหรี่ (พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ และ พ.ร.บ.คุ้มครองสุขภาพของผู้ไม่สูบบุหรี่) ได้มีการบังคับใช้มากกว่าสี่สิบปีแล้ว ในขณะที่บริษัทบุหรี่ได้พัฒนาเทคนิคการตลาดใหม่ ๆ รวมทั้งมีผลิตภัณฑ์ยาสูบชนิดใหม่ ๆ ออกสู่ตลาด ทำให้มีผู้เสพติดบุหรี่รายใหม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ประเทศไทยมีพันธกรณีที่จะต้องปรับปรุงกฎหมายควบคุมยาสูบให้สอดคล้องกับอนุสัญญาควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลกที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งใน 179 รัฐภาคีที่ต้องควบคุมการทำการตลาดของบริษัทบุหรี่
- จำนวนคนไทยที่สูบบุหรี่ในปี พ.ศ.2556 ลดลงจากปี พ.ศ.2534 เพียงเล็กน้อย แต่แนวโน้มอัตราการสูบบุหรี่กลับสูงขึ้นในกลุ่มเยาวชนและสตรี จากสถิติพบว่าเยาวชนไทย 10 คนที่ติดบุหรี่ 7 คนจะติดไปตลอดชีวิต และใน 3 คนที่เหลือต้องสูบบุหรี่เฉลี่ย 20 ปีก่อนที่จะเลิกได้

จำนวนผู้สูบบุหรี่ในประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป และอัตราการสูบบุหรี่ในเพศชาย



2. ประเด็นที่แก้ไขเพิ่มเติมใน พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฉบับใหม่

- แก้ไขคำนิยามให้ทันกับกลยุทธ์ของบริษัทบุหรี่
 - คำว่า “ผลิตภัณฑ์ยาสูบ” ให้หมายรวมถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบใหม่ ๆ อาทิ บุหรี่ไฟฟ้า บารากู่
 - คำว่า “การโฆษณา” ให้ครอบคลุมการสื่อสารการตลาดรูปแบบใหม่ ๆ อาทิ การใช้สื่อบุคคล “พริตตี้”
 - เพิ่มมาตรการป้องกันการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบของเยาวชน
 - ห้ามขายผลิตภัณฑ์ยาสูบแก่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี (ปัจจุบันกำหนดไว้ที่ 18 ปี)
 - ห้ามขายผลิตภัณฑ์ยาสูบผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (ปัจจุบันมีนโยบายห้าม แต่ไม่มีกฎหมายรองรับ)
 - ห้ามขายบุหรี่ซิกาแรตที่บรรจุของน้อยกว่ายี่สิบมวน
 - ห้ามแบ่งขายบุหรี่ซิกาแรตเป็นมวน ๆ (ปัจจุบันห้ามอยู่แล้ว แต่กฎหมายเขียนไว้ไม่ชัดเจน)
- ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไน พม่า และลาว มีกฎหมายนี้แล้ว

- **เพิ่มข้อห้ามการโฆษณาทางอ้อม**
 - ห้ามการสื่อสารการตลาดในสื่อต่าง ๆ รวมถึงการใช้สื่อบุคคล (พริตตี้)
 - ห้ามเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับ “กิจกรรมเพื่อสังคม” (CSR) ของบริษัทบุหรี่ ในทุกสื่อ (ปัจจุบันห้ามเพียงสื่อวิทยุและโทรทัศน์)
- **เพิ่มมาตรการอื่นๆ ตามที่กำหนดในอนุสัญญาควบคุมยาสูบ องค์การอนามัยโลก**
 - ห้ามส่วนราชการรับการอุปถัมภ์จากธุรกิจยาสูบ (ปัจจุบันห้ามโดยมติ ครม.)
 - กำหนดลักษณะของจุดขายปลีกยาสูบ
 - กำหนดให้บริษัทบุหรี่ต้องจัดส่งรายงานประจำปีให้คณะกรรมการควบคุมการบริโภคยาสูบ
 - กำหนดแนวทางและขั้นตอนการติดต่อกันระหว่างเจ้าหน้าที่รัฐกับบริษัทบุหรี่ ในกรณีที่มีความจำเป็น
- **เพิ่มมาตรการคุ้มครองสุขภาพผู้ไม่สูบบุหรี่**
 - กำหนดให้ผู้ดำเนินการ (เจ้าของสถานที่สาธารณะ) มีหน้าที่รับผิดชอบไม่ให้เกิดการสูบบุหรี่ในเขตปลอดบุหรี่
 - ปรับปรุงขั้นตอนการบังคับใช้กฎหมายเขตปลอดบุหรี่
- **ปรับปรุงโครงสร้างคณะกรรมการควบคุมยาสูบในทุกระดับ**
 - กำหนดให้มีคณะกรรมการควบคุมยาสูบระดับประเทศ และคณะกรรมการควบคุมยาสูบระดับจังหวัด รวมทั้งให้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการควบคุมยาสูบ

ทั้งนี้เนื่องจากงานควบคุมยาสูบของประเทศไทย ยังขาดโครงสร้างองค์กรรัฐที่จะสนับสนุนการควบคุมยาสูบในระดับจังหวัด ทั้ง ๆ ที่มีคนไทยที่สูบบุหรี่กว่าร้อยละ 90 อาศัยอยู่ในต่างจังหวัด จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกำหนดให้มีคณะกรรมการระดับจังหวัดในร่างกฎหมายที่แก้ไขเพิ่มเติมเพื่อทำหน้าที่ประสานงานและสนับสนุนการควบคุมยาสูบในระดับจังหวัด

3. ผลดีของ พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบฉบับใหม่

- มาตรการต่าง ๆ ที่ปรับปรุงจะมีผลทำให้การควบคุมการโฆษณาส่งเสริมการขาย และกิจกรรมทางการตลาดของบริษัทบุหรี่เข้มงวดขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้
 - จำนวนเยาวชนรายใหม่ที่เสพติดบุหรี่ลดลง
 - จำนวนผู้ที่สามารถเลิกสูบบุหรี่ได้เพิ่มขึ้น
 - รัฐบาลสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายในการรักษาโรคที่เกิดจากการสูบบุหรี่มากขึ้น
- ประเทศไทยสามารถปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศภายใต้อนุสัญญาควบคุมยาสูบได้ และไม่ขัดต่อกฎระเบียบต่าง ๆ ขององค์การการค้าโลก
- ตลาดบุหรี่ซิกาแรตจะทรงตัว หรือมีขนาดค่อย ๆ เล็กลง ผู้ผลิตและผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์ยาสูบ จะขยายตลาดได้ยากขึ้น
- ร้านค้าปลีกที่ขายบุหรี่หรือยาสูบจะได้รับผลกระทบน้อยมาก เนื่องจากการปรับแก้กฎหมายเกี่ยวข้องกับโฆษณา และส่งเสริมการตลาดของบริษัทบุหรี่เป็นประเด็นหลัก มิได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับร้านค้าปลีกโดยตรง แต่มีเพียงประเด็นห้ามแบ่งขายบุหรี่เป็นรายมวนเท่านั้น
- ชาวไร่ยาสูบก็ได้รับผลกระทบน้อยมากเช่นกัน เพราะร่าง พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบไม่มีบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการเพาะปลูกหรือการค้าใบยาสูบแต่อย่างใด