



ก้าวทันวิจัยกับ ศจย.
TRC research update

ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๓

มาตรา ๕.๓



มาตรา ๕.๓ หนทางปกป้องนโยบายการควบคุมยาสูบ จากพ่อค้ายาสูบ
สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรครั้งที่ ๓ กับ ประเด็นมาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อ
สุขภาพด้านยาสูบ
หนังสือน่าสนใจ
การพิจารณาจัดสรรงบประมาณในประเทศไทย
งานวิจัยต่างประเทศ
แฉฉาว ศจย.
แบบบันทึกข้อมูลการพิจารณาจากพ่อค้ายาสูบ



หนทางปกป้องนโยบาย...
การควบคุมยาสูบจากพ่อค้ายาสูบ

Editor's Talk...!

บรรณาธิการ

ดร.ทพญ.ศิริวรรณ พิทยรังสฤษฏ์



ก้าวทันวิจัยกับ ศจย.

จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างนักวิจัยด้านการควบคุมยาสูบ เพื่อต่อยอดองค์ความรู้ และนำไปสู่การผลักดันการเปลี่ยนแปลงในสังคมบนฐานขององค์ความรู้

การประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๓ กำลังจะเริ่มขึ้น โดยในครั้งนี้เป็นที่น่ายินดีที่คณะกรรมการจัดสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ (คจ.สช.) ได้พิจารณาและประกาศรับข้อเสนอประเด็นมาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านยาสูบให้เป็น ๑ ใน ๙ ประเด็นของการประชุมฯ ภาควิชาหรือข่ายสุขภาพที่สนใจทุกท่านสามารถติดตามความก้าวหน้าของประเด็นในช่วงการประชุมที่จะมีขึ้นในวันที่ ๑๕-๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๓ ณ ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ กรุงเทพมหานคร

ก้าวทันวิจัยกับ ศจย.

ฉบับประจำเดือนพฤศจิกายน ๒๕๕๓ เป็นฉบับที่ ๕ แล้ว โดยเนื้อหาฉบับนี้จะนำเสนอถึงข้อมูลด้านผู้ผลิตยาสูบหรืออุตสาหกรรมยาสูบกันบ้าง

High light ของฉบับอยู่กับการสื่อสารให้ภาคส่วนต่างๆ ได้เข้าใจ และรู้เท่าทันกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมยาสูบ เพื่อร่วมกันเตือนภัยตลอดจนเฝ้าระวังการคุกคามจากอุตสาหกรรมยาสูบ เนื้อหาในฉบับนี้ เราได้รับเกียรติจาก ผศ.ดร.ปิยะรัตน์ นิ่มพิทักษ์พงศ์ คณะเภสัชศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร มาเล่าถึงการเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศไทย ด้าน ดร.สตีเฟ่น ฮาแมนน์ ได้มาเล่าถึงการเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ: งานวิจัยที่ขับเคลื่อนจากการหลักของการความซื่อสัตย์ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าติดตาม และในฉบับก็ยังมีคำแนะนำหนังสือเพื่อการควบคุมยาสูบที่น่าสนใจ และข่าวการขับเคลื่อนเพื่อการควบคุมยาสูบของ ศจย. เช่นเคย

ก้าวทันวิจัยกับ ศจย.

ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๓ พฤศจิกายน ๒๕๕๓

ผู้ช่วยบรรณาธิการประจำฉบับ
ประภาพรณ เอี่ยมอนันต์

กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.ปิยะรัตน์ นิ่มพิทักษ์พงศ์

ผศ.ดร.สุนิดา ปรีชาวงษ์

Dr.Stephen Hamann

ใจบุญ แก้วพุดตาล

สุวัฒนา ไพরণ

อรทัย ใจบุญ

ศัญญา ภูแลนสูง

Artwork

อดิศักดิ์ เนาวรัตนกร

สำนักงาน

ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ

เลขที่ ๔๒๐/๑ อาคารเอนกประสงค์ ชั้น ๕

มหาวิทยาลัยมหิดล ถนนราชวิถี

เขตราชเทวี กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

โทรศัพท์ ๐-๒๓๕๔-๕๓๔๖ โทรสาร ๐-๒๓๕๔-๕๓๔๗

website : www.trc.or.th

Email : webmaster@trc.or.th

เรื่องในฉบับนี้

เรื่องจากปก :

มาตรา ๕.๓ หนทางปกป้องนโยบายการควบคุม
ยาสูบ จากพ่อค้ายาสูบ ๓

เปิดประเด็น:

สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ ๓ กับ ประเด็น
มาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้าน
ยาสูบ ๔

หนังสือที่น่าสนใจ ๕

Hot Issue:

การเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศไทย
งานวิจัยต่างประเทศ ๖

แฉ ศจย. ๑๐

แบบบันทึกข้อมูลการเฝ้าระวังบริษัทบุหรี่ ๑๕



มาตรา ๕.๓

หนทางปกป้องนโยบาย...การควบคุมยาสูบจากพ่อค้ายาสูบ

อุตสาหกรรมยาสูบ พยายามแทรกแซงการดำเนินนโยบาย การควบคุมยาสูบของภาครัฐ การแทรกแซงเกิดขึ้นในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ เมื่อไม่นานมานี้มีการแทรกแซงเกิดขึ้นในระดับชาติโดยบริษัทบุหรี่ข้ามชาติแห่งหนึ่งได้ทำหนังสือถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข ขอให้พิจารณาระเบียบที่ให้พิมพ์ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ว่าไม่ควรออกมา ส่วนการแทรกแซงในระดับจังหวัด และระดับท้องถิ่นนั้นเกิดขึ้นในลักษณะที่บริษัทหรือจัดกิจกรรมเพื่อสังคม การเสนอให้สปอนเซอร์ในงานแข่งขันกีฬา และงานคอนเสิร์ต

องค์การอนามัยโลกสรุปว่า การทำกิจกรรมเพื่อสังคม และการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมยาสูบเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกัน ระหว่างพฤติกรรมของการมีจริยธรรมและการขายผลิตภัณฑ์แห่งความตาย จึงได้กำหนดแนวปฏิบัติตามมาตรา ๕.๓ เพื่อสกัดกั้นมิให้อุตสาหกรรมยาสูบแทรกแซงนโยบายสาธารณสุข ไว้ดังนี้

- (๑) สร้างความตื่นตัวถึงอันตรายของผลิตภัณฑ์ยาสูบ และการที่อุตสาหกรรมยาสูบพยายามเข้ามาแทรกแซงนโยบายว่าด้วยการควบคุมยาสูบ
- (๒) ถ้าหากจะมีการพบกันระหว่างผู้แทนภาครัฐและอุตสาหกรรมยาสูบต้องเป็นไปด้วยความโปร่งใส
- (๓) ปฏิเสธความร่วมมือใดๆ กับอุตสาหกรรมยาสูบ รวมทั้งข้อตกลงที่ไม่มีข้อผูกมัดตามกฎหมาย หรือ ข้อตกลงที่ไม่สามารถปฏิบัติได้จริง
- (๔) ห้ามการมีผลประโยชน์ทับซ้อนสำหรับผู้เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและดำเนินการตามนโยบายการควบคุมยาสูบ
- (๕) กำหนดให้ข้อมูลที่ได้รับการจากอุตสาหกรรมยาสูบต้องโปร่งใสและถูกต้อง
- (๖) ปฏิเสธกิจกรรมเพื่อสังคม โดยอุตสาหกรรมยาสูบ
- (๗) ห้ามให้สิทธิพิเศษใดๆ แก่อุตสาหกรรมยาสูบ
- (๘) ให้ปฏิบัติต่ออุตสาหกรรมยาสูบของรัฐในลักษณะเดียวกับที่ปฏิบัติต่ออุตสาหกรรมยาสูบอื่น



* องค์การอนามัยโลก. แนวทางปฏิบัติตาม มาตรา ๕.๓ แห่งกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก (WHO Framework Convention on Tobacco Control) เพื่อปกป้องนโยบายสาธารณะว่าด้วยการควบคุมยาสูบ จากการแทรกแซงของผู้ประกอบการและผู้มีส่วนในอุตสาหกรรมยาสูบ.



สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ ๓

กับ

ประเด็นมาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านยาสูบ



การประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๓ จะจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๑๕-๑๗ ธันวาคม ๒๕๕๓ ในปีนี้คณะกรรมการจัดสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ (คจ.สช.) ได้พิจารณาและประกาศรับข้อเสนอประเด็นมาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านยาสูบให้เป็น ๑ ใน ๙ ประเด็นของการประชุมฯ และประกาศแต่งตั้งคณะทำงานวิชาการเฉพาะประเด็น เพื่อเป็นแกนดำเนินงานพัฒนาเอกสารและร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่จะนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ เพื่อให้กระบวนการพัฒนาเอกสารหลักและร่างมติเป็นไปอย่างมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ได้มีการเรื่องนี้นำเข้าสู่เวทีรับฟังความคิดเห็นจากภาคีที่ทำงานด้านการควบคุมยาสูบ ณ การประชุมวิชาการบูรณาการสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๙ เมื่อวันที่ ๙-๑ สิงหาคม ๒๕๕๓ ที่ผ่านมารวมถึงได้จัดประชุมหารือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในร่างมติ อาทิ กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ สำนักงานประกันสังคม กรมบัญชีกลาง กระทรวงวัฒนธรรม ฯลฯ เพื่อขอความเห็นในการปรับปรุงร่างเอกสาร ก่อนนำเข้าสู่สมัชชาสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓

ร่างมติที่ต้องการให้สมัชชาสุขภาพฯ พิจารณ ประกอบด้วย

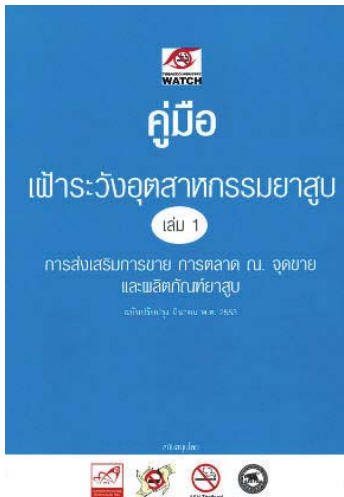
○ การสนับสนุนการดำเนินงาน และเข้ามามีส่วนร่วมในการควบคุมการบริโภคยาสูบ ตามแผนยุทธศาสตร์ควบคุมยาสูบแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗

○ การขอให้รัฐปฏิบัติตามแนวทางของกรอบอนุสัญญา ว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก โดยเฉพาะ **มาตรา ๕.๓ การป้องกันการแทรกแซงนโยบายการควบคุมยาสูบของรัฐโดยอุตสาหกรรมยาสูบ** การปรับโครงสร้างภาษียาสูบให้สอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน รวมถึงการนำยาสูบพันธุ์พื้นเมืองเข้าสู่ระบบภาษี การให้หลักประกันการเข้าถึงการบำบัดโรคติดยาสูบ และมีการชักชวนการสูบบุหรี่ในการจัดทำวาระเป็นผู้นำผู้ช่วยทุกราย

ซึ่งประชาชน ชุมชน ท้องถิ่น องค์กรประชาสังคม องค์กรเอกชน นักวิชาการและวิชาชีพ รวมทั้งฝ่ายการเมืองและราชการ ทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น สามารถติดตามประเด็นมาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านยาสูบได้ในการประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๓ ที่จะมีขึ้นในเดือนธันวาคมนี้



หนังสือและสื่อทางเว็บไซต์ที่น่าสนใจ...



ชื่อเรื่อง คู่มือเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ เล่ม ๑ การส่งเสริมการขาย การตลาด ณ จุดขาย และผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ผู้จัดทำ เครือข่ายเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ, มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการค้าเสรี และเครือข่ายนักธรรมาภิบาลไม่สูบบุหรี่ อาเซียน

ปีที่พิมพ์ ๒๕๕๓

สาระสำคัญ

คู่มือนี้ใช้สำหรับการเฝ้าระวังการกระทำที่ส่งเสริมการตลาดบุหรี่ที่เข้าข่ายผิดกฎหมายในประเด็น การโฆษณา ณ จุดขาย และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อขายบุหรี่ และยาเส้นโดยคู่มือฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับเครือข่ายนักธรรมาภิบาลและประชาชนทั่วไปในการรวมเป็นหูเป็นตา เฝ้าระวังไม่ให้บริษัทบุหรี่กระทำผิดกฎหมาย พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. ๒๕๓๕ ตามมาตรา ๘ โดยเฉพาะการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายบุหรี่และยาสูบต่อเยาวชน ซึ่งเป็นวิธีการทำการตลาดที่พบบ่อยในประเทศไทย หากท่านได้ที่ห้องสมุด ศจย. วิทยาเขตราชวิถี มหาวิทยาลัยมหิดล หรือสามารถดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ www.trc.or.th

ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์ถอดบทเรียนโครงการเปิดโปง Tabinfo Asia 2009

ผู้จัดทำ ผศ.ดร.ปิยะรัตน์ นิมพิทักษ์พงศ์ และสถาพร จิรัตนานนท์

ความยาว ๑๕ นาที

สาระสำคัญ

โครงการถอดบทเรียนความสำเร็จและจัดทำวิดีโอทัศน์ เรื่องการต่อต้านงาน **TABINFO ASIA 2009** มีวัตถุประสงค์เพื่อจัดการองค์ความรู้การดำเนินการต่อต้านงาน **TABINFO ASIA 2009** และเพื่อพัฒนาวิดีโอทัศน์เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องการดำเนินการต่อต้านงาน **TABINFO ASIA 2009** ผลงานวิจัยนี้นอกจากจะนำไปเผยแพร่ความสำเร็จในการตอบโต้อุตสาหกรรมยาสูบ เพื่อพัฒนาศักยภาพคนทำงานแล้ว ยังสามารถนำไปเผยแพร่ในกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ ให้รู้เท่าทันกลยุทธ์อุตสาหกรรมยาสูบอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีกรอบการทำงานและศักยภาพเพื่อต่อต้านกลยุทธ์การตลาดใหม่ๆของอุตสาหกรรมยาสูบต่อไป สามารถเข้าชมหรือดาวน์โหลดจากเว็บไซต์ www.trc.or.th





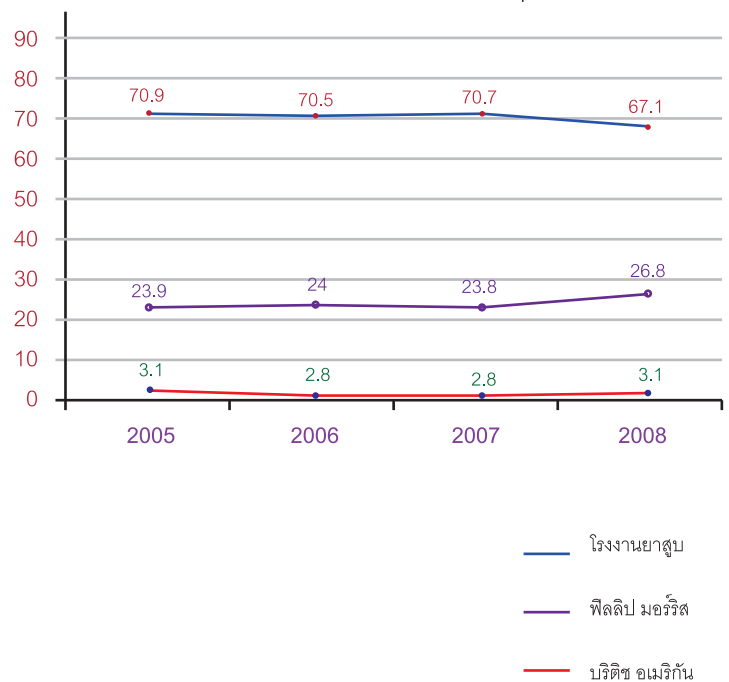
HOT ISSUE...

การเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศไทย

โดย ผศ.ดร.ปิยะรัตน์ นิมพิทักษ์พงศ์
โครงการกลุ่มศึกษาและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ*

บริษัทบุหรี่ในประเทศไทย

การเฝ้าระวัง (Surveillance) เป็นส่วนหนึ่งของการมาตรการสำคัญในการควบคุมยาสูบที่ได้รับการแนะนำจากองค์การอนามัยโลก (๑) การเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบไม่ว่าจะเป็นด้านกิจกรรมการตลาดและการส่งเสริมการขายแบบต่างๆ หรือการแทรกแซงนโยบายสาธารณะในรูปแบบต่างๆ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง การเฝ้าระวังจะมีประสิทธิภาพดีไปไม่ได้เลยถ้าผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ทราบข้อมูลของอุตสาหกรรมยาสูบในทุกแง่มุม คำว่าอุตสาหกรรมยาสูบ โดยทั่วไปหมายรวมถึงผู้ปลูก ผู้บ่ม ผู้ส่งออก-นำเข้ายาสูบ, บริษัทบุหรี่ คือ ผู้ผลิต บุหรี่ หรือนำเข้า, ซัพพลายเออร์ เช่น ผู้ผลิตก้นกรอง กลิ่น พิมพ์ของเครื่องจักร บริษัทโฆษณา และสุดท้ายหมายรวมถึง ผู้ค้าปลีก ร้านค้าปลีก ระดับต่างๆ อีกด้วย สำหรับในบทความนี้จะเน้นไปในส่วนของข้อมูลบริษัทบุหรี่ในประเทศไทย ซึ่งรวมถึงบริษัทที่ผลิตและบริษัทนำเข้าผลิตภัณฑ์ยาสูบด้วย

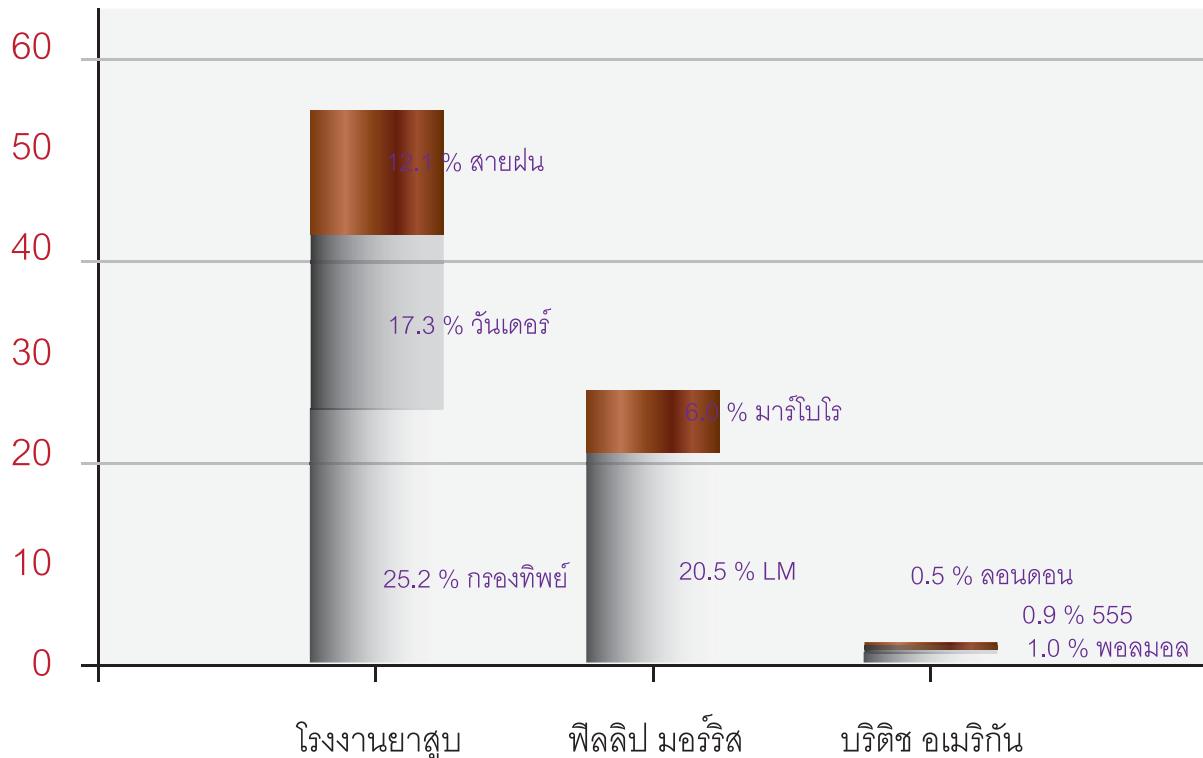


รูปที่ ๑ ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทบุหรี่ในประเทศไทย

ปัจจุบัน จากข้อมูลจากกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง พบรายชื่อผู้ผลิตและขายบุหรี่ซิการ์เรตในประเทศไทยมีแห่งเดียวคือ โรงงานยาสูบ สังกัดกระทรวงการคลัง ส่วนรายชื่อผู้นำเข้าจากต่างประเทศพบว่ามี ๖ บริษัท ได้แก่ บริษัท ฟิลลิป มอริส (ไทยแลนด์) จำกัด, บริติช อเมริกัน โทแบคโค (ประเทศไทย) , บริษัท เจ.ที. อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด, บริษัท ดี.อี.เอส มาร์เก็ตติ้ง จำกัด, บริษัท โอเรียนท์ แอนด์ เอท แอปพิเนซ ชิการ์เรต จำกัด, และ บริษัท โกลด์ ชอส อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ซึ่งในจำนวนบริษัทผู้นำเข้าทั้งหมด บริษัท ฟิลลิป มอริส (ไทยแลนด์) จำกัด มีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด และถ้าเปรียบเทียบกับส่วนแบ่งการตลาดในรอบ ๔ ปีที่ผ่านมาพบว่า โรงงานยาสูบมีส่วนแบ่งการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง ตามมาด้วย บริษัท ฟิลลิป มอริส (ไทยแลนด์) จำกัด และ บริษัท บริติชอเมริกัน โทแบคโค (ประเทศไทย) จำกัด ตามลำดับ (รูปที่ ๑)



แนวโน้ม ส่วนแบ่งการตลาดของบริษัทนำเข้ามีแนวโน้มดีขึ้นเรื่อยๆ ทั้งนี้เกิดจากความนิยมในบุหรี่ต่างประเทศและแบรนด์ที่มีความนิยมมากกว่า รวมถึงการที่ราคามูลค่าที่ผลิตโดยโรงงานยาสูบกับบุหรี่นำเข้าไม่แตกต่างกันมากเนื่องจากภาษีศุลกากรที่ต่ำมาก และจากสาเหตุต่างๆ รวมถึงการแจ้งราคานำเข้าที่ต่ำซึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถตรวจสอบข้อมูลราคานำเข้าที่แท้จริงได้ นอกจากนี้หลังจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียนหรืออาฟต้า (AFTA, ASEAN Free Trade Area) ภาษีศุลกากรจะต่ำจนเกือบไม่มีเลย ซึ่งน่าจะมีผลให้บุหรี่นำเข้ายิ่งราคาถูกลง



รูปที่ ๒ ส่วนแบ่งการตลาดของบุหรี่การค้าจำแนกตามแบรนด์/ยี่ห้อของประเทศไทย พ.ศ.๒๕๕๒

แบรนด์/ยี่ห้อ และชนิดบุหรี่ที่เร่ในประเทศไทย

จากข้อมูลของกรมสรรพสามิตปี พ.ศ.๒๕๕๒ พบว่าปัจจุบันบุหรี่ที่ผลิตโดยโรงงานยาสูบมีทั้งสิ้น ๑๙ ตรา และบุหรี่นำเข้าทั้งสิ้น ๑๐๐ ตรา ซึ่งราคาขายปลีกสูงสุด-ต่ำสุดเท่ากับ ๒๖-๑๐๖ บาทต่อ ๒๐ มวน^(๓) แบรนด์ที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด ๓ อันดับแรกได้แก่ กรองทิพย์ ๙๐ (โรงงานยาสูบ), แอล แอนด์ เอ็ม (ฟิลิป มอริส) และวันเดอร์ (โรงงานยาสูบ) ตามลำดับ (รูปที่ ๒)

ข้อมูลจาก *Euromonitor International Report* กล่าวว่าผู้สูบบุหรี่คนไทยนิยมบุหรี่รสเข้มหรือรสมาตรฐาน (standard) โดยที่บุหรี่ยี่ห้อเมนทอลหรือรสอ่อนมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ ๑๙ ในปี พ.ศ.๒๕๕๑ อย่างไรก็ตามมีแนวโน้มที่จะได้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเนื่องมาจากการที่ผู้สูบบุหรี่แบบครั้งคราวมากขึ้นและคนมีการรับรู้ว่ามีรสอ่อนมีความปลอดภัยสูงกว่าบุหรี่ยี่ห้อทั่วไป ส่วนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในปี พ.ศ.๒๕๕๑-๕๒ ที่ผ่านมา พบว่าโรงงานยาสูบเน้นการออกผลิตภัณฑ์ราคาถูกลำดับต่ำลง ในขณะที่บริษัทนำเข้าเน้นการสร้างหลากหลายของแบรนด์เพื่อให้กลุ่มผู้หญิงและวัยรุ่นเข้าถึงได้มากขึ้น^(๔)

การเปรียบเทียบข้อมูลบริษัทบุหรี่ยาสูบ เฉพาะบริษัทที่มีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด ๓ อันดับแรก

รายการ	โรงงานยาสูบ(๒)	ฟิลลิป มอริส (ไทยแลนด์)	บริติช อเมริกัน
การจ้างงาน	๔,๐๐๐	๔๐๐	๓๐
ส่วนแบ่งการตลาด	๖๗.๑ %	๒๖.๘ %	๓.๑ %
บุหรี่ยี่ห้อ Leading brands	กรองทิพย์ ๙๐,วันเดอร์ สายฝน ๙๐	LM, มาร์โบโร	พอล มอล, ๕๕๕, ลอนดอน
ยอดขายสุทธิ (ล้านบาท)	๔๘,๖๐๐	๑๕,๓๐๐	๒๘๓
กำไรสุทธิ (ล้านบาท)	๖,๐๐๐	๗๓๓	๑๓.๒
กิจกรรมเพื่อสังคม (ล้านบาท)	ปี ๒๕๕๑ - ๒๕๖ ปี ๒๕๕๐ - ๑๕๐	ปี ๒๕๕๐ - ๕	ไม่ทราบ
ค่าใช้จ่ายการตลาด (ล้านบาท)	๑๙.๙๑	ไม่ทราบ	ไม่ทราบ
จำนวนร้านค้าปลีก (แห่ง)	ประมาณ ๕๐๐,๐๐๐	ประมาณ ๒๐๐,๐๐๐	ไม่ทราบ

ตารางที่ ๑ ตารางเปรียบเทียบระหว่างบริษัทบุหรี่ยาสูบ ประจำปี พ.ศ.๒๕๕๑

โรงงานยาสูบเป็นหน่วยงานของรัฐ ขึ้นตรงต่อกระทรวงการคลัง เป็นผู้ผลิตบุหรี่ยาสูบเดียวของประเทศ มีบุหรี่ยาสูบในครอบครอง ๒๐ แปรนด์ ในปี พ.ศ.๒๕๕๑ โรงงานยาสูบมีส่วนแบ่งการตลาดทั้งสิ้นประมาณร้อยละ ๖๗.๑ ซึ่งลดลงจากปีก่อนหน้าประมาณร้อยละ ๔ เป็นการเสียส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในรอบ ๕ ปี ผู้อำนวยการโรงงานยาสูบได้ออกมาให้สัมภาษณ์ว่า โรงงานยาสูบสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดให้บริษัทบุหรี่ยาสูบต่างชาติ และจำเป็นต้องทำการตลาดมากขึ้น โรงงานยาสูบยังใช้เงินทั้งสิ้น ประมาณ ๒๐๐ ล้านบาท ในการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (๒) ซึ่งหลายกิจกรรมมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทั้งหนังสือพิมพ์โทรทัศน์ และ เว็บไซต์ ในปี พ.ศ.๒๕๕๐ รัฐบาลอนุมัติให้โรงงานยาสูบตั้งโรงงานใหม่ในวงเงินประมาณ ๑,๖๐๐ ล้านบาท ในปี พ.ศ.๒๕๕๒ มีการออกผลิตภัณฑ์บุหรี่ยาสูบตัวใหม่ชื่อ **SHOOT** และ **SMS** ซึ่งมีการทำกิจกรรมโปรโมทอย่างต่อเนื่อง

บริษัท ฟิลลิป มอริส (ไทยแลนด์) จำกัดเป็นบริษัทลูกของบริษัท ฟิลลิป มอริส อินเตอร์เนชันแนล ซึ่งเป็นบริษัทบุหรี่ยาสูบที่ใหญ่ที่สุดในโลก เป็นบริษัทนำเข้าบุหรี่ยาสูบ มาร์ลโบโร และ แอล แอนด์ เอ็ม จากประเทศฟิลิปปินส์ ในปี พ.ศ. ๒๕๕๑ มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ ๒๖.๘ ซึ่งสูงขึ้นจากปีก่อนหน้าถึงร้อยละ ๓ ในรายงานประจำปีบริษัทแม่ในต่างประเทศ^(๕) กล่าวว่ายอดขายบุหรี่ยาสูบในประเทศไทยของบริษัทลดลง แต่ในภาพรวมบริษัทได้ส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทยมากขึ้น ในปี พ.ศ.๒๕๕๐ ผู้จัดการใหญ่ประเทศไทย ได้ออกมาให้สัมภาษณ์หลายครั้ง ในหนังสือพิมพ์หลายฉบับว่ายอดขายลดลง และตัวแทนบริษัทฟิลลิป มอริสและบริษัทบุหรี่ยาสูบต่างชาติอื่นๆ ได้ขอเข้าพบรัฐมนตรีกระทรวงการคลังเพราะไม่พอใจระเบียบใหม่ นอกจากนี้ยังมีการฟ้องร้องคดีเกี่ยวกับการแจ้งราคานำเข้ามาต่ำกว่าความเป็นจริงทำให้ภาษีที่เก็บได้น้อยกว่าความเป็นจริง



บริษัท บริติชอเมริกัน โทแบคโค (ประเทศไทย) จำกัด เป็นบริษัทนำเข้าบุหรี่ premium brands มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ ๓.๑ ในปี พ.ศ.๒๕๕๑ มีบริษัทไทยทำการตลาดและส่งออกให้ มีกิจกรรมการตลาด โดยเฉพาะเกี่ยวกับหาผู้สูบบุหรี่ใหม่ เพราะแบรนด์ยังไม่ติดตลาดและทางบริษัทต้องการส่วนแบ่งการตลาดมากขึ้น

สรุปลักษณะกิจกรรมที่ต้องพิจารณาของบริษัทบุหรี่ในประเทศไทย

โรงงานยาสูบมีการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์แฝงไปกับการทำกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเน้นกลุ่มด้อยโอกาส เยาวชน และผู้หญิง ใช้เงินประมาณปีละ ๑๕๐-๒๐๐ ล้านบาท สำหรับกิจกรรมดังกล่าว การจัดคอนเสิร์ตในต่างจังหวัดหรือออกบูทในงานคอนเสิร์ต หรืองานดนตรี การจัดสร้างห้องสูบบุหรี่ตามสถานที่สาธารณะ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีขนส่งหมอชิต^(๖)

กิจกรรมของบริษัท ฟิลลิป มอริส (ไทยแลนด์) จำกัด จะเป็นลักษณะการจัดกิจกรรมเพื่อสังคม ร่วมกับบริษัทคู่ค้าอื่นๆ โดยที่มีกลุ่มเป้าหมายคือครูและนักเรียนในพื้นที่ปลูกยาสูบ ปี พ.ศ.๒๕๕๐ บริษัทใช้เงินในการทำกิจกรรม CSR ในประเทศไทยทั้งหมดประมาณ ๑๗๐ ล้านบาท^(๔) มีรายงานว่ามีการทำการตลาด ณ จุดขาย เช่น งานเปิดตัวบุหรี่ใหม่ ฟรีดีดี รวมถึงการให้รางวัลร้านค้าปลีกเพื่อการจัดวางของ มีจุดขายประมาณ ๒๐๐,๐๐๐ จุดทั่วประเทศ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มแทรกแซงนโยบายรัฐผ่านการเป็นสมาชิกองค์กรธุรกิจระหว่างชาติต่างๆ เช่น *US-ASEAN BUSINESS COUNCIL*, *American Chamber of Commerce*, *WTO Joint committee*, etc.

บริษัท บริติชอเมริกัน โทแบคโค (ประเทศไทย) จำกัด เนื่องจากมีส่วนแบ่งการตลาดต่ำจึงเน้น การตลาดที่เน้นหากลุ่มนักสูบหน้าใหม่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา โดยเฉพาะในสถานบันเทิงในกรุงเทพและเมืองใหญ่ โดยเฉพาะรอบๆ มหาวิทยาลัย มีการนำซองบุหรี่แลกบัตรคอนเสิร์ต (เน้นกลุ่มวัยรุ่น) บริษัทนี้ มีบริษัทไทยชื่อว่าบริษัท Goldimex ทำหน้าที่เป็นฝ่ายขายและกระจายสินค้าให้

เอกสารอ้างอิง

- (1) WHO Fact Sheet N๓๓๙ May ๒๐๑๐.
- (2) รายงานประจำปี ปี ๒๕๕๐ และ ๒๕๕๑ โรงงานยาสูบ กระทรวงการคลัง.
www.thaitobacco.or.th
- (3) ประกาศกรมสรรพสามิต เรื่อง กำหนดราคายาสูบ ปี ๒๕๕๒
- (4) Euromonitor International report ๒๐๐๙ (Tobacco Thailand, Cigarette Thailand, etc.)
- (5) กรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง
- (6) เว็บไซต์ โรงงานยาสูบ www.thaitobacco.or.th



* โครงการกลุ่มศึกษาและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ ได้รับการสนับสนุน โดย ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) และ South East Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA)

การเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ

งานวิจัยต่างประเทศ

การเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ อาจเป็นงานง่าย ๆ หากจำกัดความหมายการเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบเป็นเพียงการจับตามองอุตสาหกรรมเท่าที่มองเห็น อุตสาหกรรมยาสูบที่มองเห็นเป็นเพียงบางส่วนที่ธุรกิจยาสูบสร้างขึ้นมาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร สร้างความประทับใจในหมู่ผู้ถือหุ้นตลอดจนสาธารณะชน การเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบที่จริงนั้นจำเป็นต้องรู้ความเคลื่อนไหวที่ซับซ้อนและซ่อนเร้นของอุตสาหกรรมยาสูบไม่ว่าจะเป็นด้านการบริหารจัดการ การวางแผนกลยุทธ์ที่หลากหลายและการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อแสวงหาผลกำไรให้กับพวกเขา^๑

องค์การอนามัยโลก ได้สรุปมาตรการโต้ตอบต่อการแทรกแซงของบริษัทยาสูบดังต่อไปนี้

- ตรวจสอบอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศ
- มีส่วนร่วมและแจ้งข่าวสารให้สาธารณะชนทราบ
- หาพยานหลักฐานและใช้พยานหลักฐานอย่างมียุทธศาสตร์
- ใช้กลยุทธ์ **“แชมป์เปี้ยน”** บอกความจริงเกี่ยวกับการใช้ยาสูบ
- นำความรู้จากบทเรียนในต่างประเทศมาประยุกต์ใช้
- เปิดเผยเรื่องโกหกหลอกลวงและลบล้างข้อโต้แย้งของอุตสาหกรรมยาสูบ
- สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือในการต่อต้านการสูบบุหรี่
- ประชาสัมพันธ์และบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด
- ทำให้อุตสาหกรรมยาสูบรับผิดชอบต่อสิ่งที่พวกเขากระทำ
- ควบคุมกำกับอุตสาหกรรมยาสูบ

อุตสาหกรรมยาสูบมักสร้างทำนองตนเองเป็นเสมือนบริษัทที่ทำธุรกิจธรรมดาสามัญทั่วไป โดยทำการตลาด และประชาสัมพันธ์เหมือนธุรกิจอื่น ๆ แต่ผลิตภัณฑ์ของธุรกิจประเภทนี้เป็นสินค้าอันตราย ขาดหลักจรรยาและความน่าเชื่อถือ อุตสาหกรรมนี้มีชื่อเสียงด้านไม่ดี ไม่น่าไว้วางใจ๓ กระทำการหลอกลวงด้วยวิธีการต่างๆ มีเพียงไม่กี่คนที่เท่านั้นที่หลงเชื่อ คนส่วนใหญ่เห็นรู้เท่าทันเจตนาที่แท้จริงและวิธีการที่ฉ้อฉลเหล่านี้๔ อุตสาหกรรมยาสูบไม่ชอบที่จะกล่าวถึงพฤติกรรมทั้งในอดีตและปัจจุบันของพวกเขา โดยปรารถนาที่จะสร้างชื่อเสียงด้านบวกและสร้างจุดยืนทางธุรกิจให้นานตราบนานาน^{๕,๖}



งานวิจัยที่ขับเคลื่อนจากหลักการของความซื่อสัตย์

โดย ดร.สตีเฟ่น ฮาแมนน์
นักวิชาการด้านการต่างประเทศ ศจย.

สิ่งหนึ่งที่ชี้ให้เห็นการสร้างภาพพจน์ที่หลอกลวงของอุตสาหกรรมยาสูบ คือ ความพยายามที่จะเขียนประวัติศาสตร์เรื่องยาสูบเสียใหม่ ให้อยู่ทิศทางที่พวกเขาจะแสวงหาผลประโยชน์ได้ ไม่ว่าจะเป็นหลักการทางด้านวิทยาศาสตร์หรือความรับผิดชอบต่อสังคมล้วนมีความสำคัญมากต่อยุทธศาสตร์ด้านการเมืองและสังคม และยังเป็นการทำลายบรรทัดฐานของสังคม ตลอดจนกฎหมายและความประพฤติตามข้อจรรยาบรรณเบี่ยงเบนอีกด้วย^{๑๑} ด้วยการกระทำที่ฉ้อฉลของอุตสาหกรรมยาสูบนี้เองก่อให้เกิดสนธิสัญญาด้านสุขภาพระหว่างประเทศฉบับแรกคือ **WHO FCTC มาตรา ๕.๓** ตลอดจนแนวทางปฏิบัติต่างๆ ในอนุสัญญาฉบับนี้พยายามต่อต้านการแทรกแซงหรือคัดค้านของอุตสาหกรรมยาสูบต่อนโยบายของรัฐบาล สิ่งนี้ก่อให้เกิดความเข้าใจและรู้เท่าทันอิทธิพลของการทุจริตรูปแบบต่างๆ ของอุตสาหกรรมยาสูบ ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องมีการรวบรวมหลักฐานด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมยาสูบ แม้ว่าอุตสาหกรรมยาสูบจะเป็นธุรกิจประเภทหนึ่ง แต่อุตสาหกรรมนี้ไม่เพียงแต่ต้องการข้อมูลทางด้านธุรกิจเท่านั้น ยังสนใจข้อมูลทางด้านวิทยาศาสตร์ ด้านพฤติกรรม ด้านการศึกษา ด้านกฎหมาย ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ ด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อส่งเสริมให้มีการบริโภคยาสูบและขัดขวางกระบวนการควบคุมยาสูบในด้านต่างๆ^{๑๒} ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น **กฎข้อบังคับข้อไหนบ้างในการเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบที่ค่อนข้างจะมีความสำคัญมากที่สุด?**

กฎการเฝ้าระวังในการตรวจสอบอุตสาหกรรมยาสูบ

๑. อุตสาหกรรมยาสูบพัฒนาวิธีที่หลากหลายเพื่อแทรกแซงความพยายามในการควบคุมยาสูบ ดังนั้นการศึกษากฎการกระทำของอุตสาหกรรมยาสูบในอดีตจึงมีความสำคัญมาก เพื่อนำมาใช้เป็นแนวปฏิบัติในอนาคต ผู้เชี่ยวชาญกลุ่มหนึ่งได้แสดงตัวอย่างการแทรกแซงของอุตสาหกรรมยาสูบต่อนโยบายการควบคุมยาสูบถึง ๘๘ ตัวอย่างด้วยกัน ข้อมูลการแทรกแซงของอุตสาหกรรมยาสูบที่ได้จากงานวิจัยบางครั้งก็ถูกนำพิจารณาในการประชุมเกี่ยวกับการกำหนดมาตรการ

การเพื่อควบคุมยาสูบด้วย จากการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับระบบเฝ้าระวังบริษัทบุหรี่จำนวน ๑๐๐ ฉบับระหว่างปี พ.ศ.๒๕๕๒-๒๕๕๓ มีเพียง ๙ ฉบับเท่านั้นที่กล่าวถึงกลยุทธ์ของบริษัทบุหรี่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ระบบการเฝ้าระวัง ดังนั้นการรู้กลยุทธ์ต่างๆ ไปของอุตสาหกรรมยาสูบนั้นมีความสำคัญมาก และยิ่งช่วยตรวจสอบอุตสาหกรรมยาสูบทั้งระดับประเทศและระดับภาคได้อีกด้วย^{๑๓}

๒. สิ่งหนึ่งที่จำเป็นต้องรู้คือ อะไรคือข้อบังคับที่อุตสาหกรรมยาสูบต้องปฏิบัติตามทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ การตั้งข้อบังคับและการยอมรับถึงข้อบังคับดังกล่าวนั้นนับว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างมากที่อุตสาหกรรมยาสูบที่ต้องรับรู้ตามคำสั่งของศาลและภาครัฐบาล แม้ว่าข้อบังคับภาครัฐบาลหรือข้อเสนอเชิงปฏิบัติขั้นพื้นฐานนั้นจะมีความสำคัญมากก็ตาม แต่อุตสาหกรรมยาสูบกลับไม่ให้ความสนใจเท่าที่ควร เป็นผลให้อุตสาหกรรมยาสูบต้องรายงานความเคลื่อนไหวซึ่งถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของสนธิสัญญาควบคุมการบริโภคยาสูบ **WHO FCTC** โดยมีขั้นตอนต่างๆ หลายขั้นตอนที่อุตสาหกรรมยาสูบต้องเปิดเผยขอเท็จจริงเป็นต้นว่า ข้อมูลทั้งหมดในการเพาะปลูกยาสูบ กระบวนการต่างๆ ของโรงงานผลิตยาสูบ ตลอดจนด้านการตลาด ผู้สนับสนุนข้อบังคับดังกล่าวมีความจำเป็นอย่างมากในผลักดันให้ระบบเฝ้าระวังมีประสิทธิภาพ^{๑๔}

๓. ข้อมูลจากหลายด้านรวมทั้งข้อมูลการเฝ้าระวังนั้นมีประโยชน์มาก กฎเกณฑ์พื้นฐานของการเฝ้าระวัง ยกตัวอย่างเช่น ๑) ศักยภาพในศาสตร์ที่เกี่ยวกับการบังคับใช้กฎหมาย ๒) อนุสัญญา สนธิสัญญา และข้อตกลงอื่นใด ๓) พระราชบัญญัติออกโดยสหประชาชาติ ๔) กฎเกณฑ์ขององค์กรรัฐบาล นานาชาติว่าด้วยการร่วมมือด้านการตรวจสอบ ๕) ภาษีโลก ค่าธรรมเนียม และค่าปรับ ๖) กฎความโปร่งใส ๗) กฎการแบ่งเบาวิกฤตความปลอดภัย ๘) กฎการปรับปรุงการตลาด ๙) กฎการต่อต้านคอร์รัปชัน และ ๑๐) กฎการคุ้มครองผู้บริโภค^{๑๕} ถ้าข้อมูลการเฝ้าระวังจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันมีแนวโน้มที่เหมือนกัน ชี้ให้เห็นว่าการเฝ้าระวังนั้นมีประสิทธิภาพอย่างแท้จริง

๔. ควรนำระบบเครือข่ายมาใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในตัวบุคคลตลอดจนสถาบัน สำหรับการเปิดเผย วิเคราะห์ และเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมและแผนการของอุตสาหกรรมยาสูบ

๕. ควรมีการตั้งโครงการสนับสนุนการเฝ้าระวังกลยุทธ์แบบใหม่ของอุตสาหกรรมยาสูบ



เอกสารอ้างอิง

๑. Sloojee Y, Dagli E. Tobacco industry tactics for resisting public policy for health. Bulletin of the World Health Organization. ๒๐๐๐;๗๘(๗): ๙๐๒-๙๑๐.
๒. World Health Organization. Tobacco industry interference with tobacco control. ๒๐๐๘ (Geneva, WHO).
๓. Australian Health News Research Collaboration. Global survey shows tobacco is world's least reputable industry. Media release dated ๑๖ June ๒๐๑๐ and accessed July ๘, ๒๐๑๐
๔. Yang S and Malone RF. "Working to shape what society's expectations of us should be": Philip Morris' social alignment strategy. Tobacco Control. ๒๐๐๘;๑๗(๖):๓๙๑-๘.
๕. Holden C and Lee K. Corporate power and social policy: the political economy of the transnational tobacco companies. Global Social Policy. ๒๐๐๙ Dec;๙(๓):๓๒๘-๕๔.
๖. Source Watch. Corporate Social Responsibility: What tobacco industry documents reveal about the intent and utilization of corporate social responsibility. ๒๒ Jan. ๒๐๑๐.
๗. Campaign for Tobacco Free Kids. US Supreme Court upholds verdict that tobacco companies conspired to deceive the American public and addict children. Statement of June ๒๘, ๒๐๑๐.
๘. McDaniel PA and Malone RE. The role of corporate credibility in legitimizing disease promotion. American Journal of Public Health. ๒๐๐๙;๙๙:๔๕๒-๖๑.
๙. Brandt A, The Cigarette Century: The rise, fall and deadly persistence of the product that defined America. ๒๐๐๙ (Basic Books, N.Y.)
๑๐. Proctor R. Agnotology: The making and unmaking of ignorance. ๒๐๐๘ (Stanford University Press, Palo Alto, CA)
๑๑. White J, Bandura A, Bero LA. Moral disengagement in the corporate world. Accountability in Research. ๒๐๐๙;๑๖(๑):๔๑-๗๔.
๑๒. Mulvey K. A life-saving precedent: protecting public health policy against Big Tobacco. Tobacco Control. ๒๐๑๐;๑๙:๙๕-๙๗.
๑๓. Ali MK, Koplan JP. Promoting health through tobacco taxation. Journal of the American Medical Association. ๒๐๑๐;๓๐๓(๔): ๓๕๗-๘.
๑๔. Stillman F, Hoang M, Linton R, Ritthiphakdee B, Trochim WM. Mapping tobacco industry strategies in Southeast Asia for action planning and surveillance. Tobacco Control. ๒๐๐๘;๑๗(๑)๕๑.
๑๕. Paul JA, Garred J. Making Corporations Accountable. Presented at a roundtable, "Corporate Investments: Towards Accountable Development," in New York on November ๘, ๒๐๐๐. Accessed on March ๒, ๒๐๐๖



Website

Monitoring Tobacco Advertising, Promotion and Sponsorship 2.0

Becky Freeman และ Simon Chapman

นักวิจัยคณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยซิดนีย์ และเป็นผู้จัดทำเว็บไซต์นี้ ได้รับอนุญาตเพื่อดำเนินโครงการ National Health and Medical Research Council project โดยเข้าไปตรวจสอบการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบแบบออนไลน์ ปัจจุบันสื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบที่แพร่หลายทั่วโลกมีมากเทียบเท่ากับสื่อที่ออกมาควบคุมและสั่งห้าม โดยเฉพาะจากสื่อรูปแบบใหม่ที่เริ่มเข้ามาเพิ่มบทบาทมากขึ้นในตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบโดยมุ่งไปที่เยาวชนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก นักวิจัยทั้งสองจึงได้จัดทำเว็บไซต์ดังกล่าวขึ้นมาเพื่อให้ทุกคนได้เข้ามาร่วมแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับตลาดยาสูบรูปแบบใหม่บนเว็บเพจนี้ ผู้สนใจสามารถเข้าไปแลกเปลี่ยนข้อมูลได้ที่

<http://www.facebook.com/MonitoringTobaccoAdvertising>

ภาพตัวอย่างหน้าเว็บไซต์

แฉฉฉ ฉฉฉ.



□ เมื่อวันที่ ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๕๓ ศจย. จัดการประชุมเรื่อง ข้อสรุปการจัดลำดับความสำคัญตัวชี้วัดการประเมินผลระบบการควบคุมการบริโภคยาสูบของประเทศไทย เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญที่ทำงานด้านการควบคุมยาสูบ อภิปรายความสำคัญตัวชี้วัดฯ และวางแผนการทำงานในการเขียนบทความการประเมินสถานการณ์ตามยุทธศาสตร์ย่อยของแผนควบคุมการบริโภคยาสูบแห่งชาติ พ.ศ.๒๕๕๓-๒๕๕๗

□ ในช่วงบ่ายวันที่ ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๕๓ ศจย. จัดการประชุมคณะทำงานวิชาการประเด็นมาตรการในการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพด้านยาสูบ โดยมี นพ.หทัย ชิตานนท์ เป็นประธานคณะทำงานวิชาการเฉพาะประเด็นฯ และ ดร.ทพญ.ศิริวรรณ พิทยรังสฤษฏ์ เป็นเลขานุการฯ เพื่อพัฒนาร่างเอกสารหลัก ร่างมติ ที่จะนำเข้าสู่เวทีรับฟังความคิดเห็นในเวทีการประชุมวิชาการบูรณาการกับสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๙ ก่อนเข้าสู่สมัชชาสุขภาพแห่งชาติครั้งที่ ๓ ที่จะจัดขึ้นในเดือนธันวาคมนี้



เมื่อวันที่ ๙-๑๐ สิงหาคม ๒๕๕๓ ศจย. ได้จัดการประชุมวิชาการบูรณาการกับสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ ๙ เรื่อง “เพศกับบุหรื: จุดเน้นการตลาดในผู้หญิง” ณ โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ มีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมประชุมกว่า ๗๐๐ คน



แบบบันทึกข้อมูลการเฝ้าระวังบริษัทบุหรี่

แหล่ง/สถานที่ : ถนนสายหลัก, ชุมชนหน้าโรงเรียน, ตลาดนัด, งานวัด, แผงลอย
งานนิทรรศการ/อีเวนต์ร้านอาหาร, ผับ/บาร์/คาราโอเกะ, ลานเปียร์, ร้านเกมส์

ชื่อร้าน/แหล่งเฝ้าระวัง.....ที่ตั้ง.....
วันที่เก็บ.....ช่วงเวลา.....ครั้งที่.....ผู้เก็บ.....

รูปแบบโฆษณา ณ จุดขาย			
๑. ลักษณะการตั้งโชว์บุหรี่ เป็นแบบใด ? อยู่ในตู้ทึบและปิดตลอดเวลา มีซอง/โลโก้ ยี่ห้อบุหรี่ตั้งอยู่นอกตู้ชัดเจน อื่นๆ ระบุ.....			
๒. ลักษณะของตู้โชว์บุหรี่เป็นอย่างไร ? มีโฆษณาดึงดูดและหรือมีสีล่อ คลายบุหรี่ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง ตู้ทึบปิดสนิท มองดูไม่ทราบว่าเป็นบุหรี่ อื่นๆ ระบุ.....			
๓. มีการโฆษณาบุหรี่ร่วมกับสินค้าอื่นๆ หรือมีของแจก ของแถมที่มียี่ห้อบุหรี่หรือไม่ อย่างไร ? ไม่มี มี ระบุ.....			
พฤติกรรมส่งเสริมการขาย			
พฤติกรรมผู้ประกอบการ	ไม่มี	มี	บันทึกข้อมูลเพิ่มเติม
๔. แบ่งขายบุหรี่			
๕. ตัดป้ายลดราคาบุหรี่			
๖. แจกบุหรี่ทดลองฟรี			
๗. แจกบุหรี่ไปกับสินค้าอื่นๆ			
๘. บริการใช้ซองบุหรี่แลกของ			
๙. แจกของที่เป็นสื่อโฆษณานิรุธ			
๑๐. มีกิจกรรมการแสดง ที่มีนิรุธเข้าร่วมอยู่ด้วย			
๑๑. มีเด็กรับจ้างขายนิรุธเข้ามาในร้านหรือไม่			
๑๒. มีโฆษณานิรุธในโทรทัศน์หรือวีดิทัศน์ภายในร้าน			
พบสื่อโฆษณานิรุธหรือชื่อบริษัท เช่น ปฏิทิน, ไฟแช็ค, กระเป๋า, เสื้อ, ร่ม, กล่องใส่ของ ฯลฯ			
ผลิตภัณฑ์นิรุธ			
ประเด็นเก็บข้อมูล	ไม่มี	มี	บันทึกข้อมูลเพิ่มเติม
๑๓. มีนิรุธสุรส จำหน่าย			
๑๔. มีนิรุธแปลกๆ จำหน่าย			
๑๕. มีนิรุธซองเล็ก (< ๒๐ มวน) จำหน่าย			
๑๖. มีนิรุธไฟฟ้าจำหน่าย			
๑๗. มีเครื่องมวนนิรุธจำหน่าย			
๑๘. มีภาพคำเตือนบนซองหรือไม่			
๑๙. ความถูกต้องของภาพคำเตือนบนซอง			

ท่านสามารถแจ้งข้อมูลไปที่

- โครงการศึกษาและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ โทร. ๐-๘๘๘๑๖-๐๖๖๔ e-mail : TIWATCHO1@gmail.com
- มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ โทร. ๐-๒๒๗๘-๑๘๒๘
- ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนนิรุธและสุรา โทร. ๐-๒๕๙๐-๓๓๔๒ หรือไปที่ <http://complain.thaiantialcohol.com>



ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่



ศจย.
www.trc.or.th

ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)

วิทยาเขตราชวิถี มหาวิทยาลัยมหิดล

๔๒๐/๑ อาคารอเนกประสงค์ ชั้น ๕ ถ.ราชวิถี เขตราชเทวี

กรุงเทพฯ ๑๐๔๐๐

โทร: +๖๖๒-๓๕๔-๕๓๔๖ แฟกซ์: +๖๖๒-๓๕๔-๕๓๔๗

อีเมลล์: webmaster@trc.or.th