



คู่มือ

เพื่อระวังอุตสาหกรรมยาสูบ

เล่ม 1

การส่งเสริมการขาย การตลาด ณ. จุดขาย
และผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ฉบับปรับปรุง มีนาคม พ.ศ. 2553

สนับสนุนโดย



คู่มือเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ

ใช้สำหรับการเฝ้าระวังการกระทำที่ส่งเสริมการตลาดบุหรี่หรือที่เข้าข่ายผิดกฎหมายใน ประเด็น การโฆษณา ณ. จุดขาย และกิจกรรมทางการตลาดเพื่อขายบุหรี่ และ ยาเส้น

คำแนะนำ

คู่มือเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบจัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือสำหรับเครือข่ายนักตรวจ และ ประชาชนทั่วไป ในการร่วมกันเป็นหูเป็นตา เฝ้าระวังไม่ให้บริษัทบุหรี่กระทำผิดกฎหมาย พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.2535 ตามมาตรา 8 โดยเฉพาะในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมส่งเสริมการขายบุหรี่และยาสูบต่อเยาวชน ซึ่งเป็นวิธีการทำการ ตลาดที่พบบ่อยในประเทศไทย

เฝ้าระวังอะไรบ้าง?

- การโฆษณา ณ.จุดขาย
- การส่งเสริมการขายบุหรี่
- ผลิตภัณฑ์ยาสูบรูปแบบใหม่ / ผลิตภัณฑ์ผิดกฎหมาย

เฝ้าระวังที่ไหน?

1. จุดจำหน่ายบุหรี่ เช่น ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด ร้านโชวห่วย ซุปเปอร์มาร์เก็ต
2. ชุมชายของข้างทาง(คืออส) ตามถนนสายหลัก ถนนหน้าสถานศึกษา เช่นโรงเรียน, มหาวิทยาลัยวิทยาลัย/อาชีวะ และตลาดนัด
3. ร้านอาหาร/ร้านอาหารกลางคืน/ผับ บาร์ คาราโอเกะ โดยเฉพาะจุดที่ใกล้สถานศึกษา

เฝ้าระวังเมื่อไหร่ ?

1. เป็นประจำทุกเดือน หรือ ทุกสองเดือน
2. ทุกครั้งเมื่อมีโอกาสไปในบริเวณนั้นๆ

อุปกรณ์ที่ต้องใช้

1. คู่มือเล่มนี้
2. สมุดโน้ตเล็กๆ หรือ แบบฟอร์มเก็บข้อมูล และ ปากกา
3. กล้องถ่ายภาพ หรือ กล้องโทรศัพท์มือถือ (ถ้ามี)

จดบันทึกอะไรบ้าง?

- บันทึกข้อมูลสถานที่
 1. ประเภทของจุดจำหน่าย (ร้านสะดวกซื้อ โชห่วย ห้างสรรพสินค้า โมเดิร์นเทรด ซุปเปอร์มาร์เก็ต ซุ้มขายของ)
 2. สถานที่ตั้ง (ซอย ถนน ตำบล อำเภอ จังหวัด)
 3. วันและเวลาที่ทำการเฝ้าระวัง
- บันทึกสิ่งที่พบ ณ จุดจำหน่าย
 1. ลักษณะของตู้จำหน่าย
 2. พฤติกรรมของผู้ขาย
 3. ถ่ายภาพ หรือซื้อสินค้ากลับมา

แจ้งข้อมูลไปที่ไหน?

1. โครงการศึกษาและเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ
โทร 089-816 0664 e-mail : TIWATCHO1@gmail.com
2. มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ โทร 0-2278-1828
3. ศูนย์รับเรื่องร้องเรียนบุหรี่และสุรา
โทร. 0-2590-3342 หรือ ที่ <http://complain.thaiantialcohol.com/>

ตัวอย่างของการโฆษณา ณ จุดขาย

1. ตั้งโชว์บุหรี่

ข้อมูลประกอบ: การตั้งโชว์บุหรี่ในร้านค้าปลีกถือว่าการโฆษณาอย่างหนึ่ง ที่เข้าถึงเยาวชนได้ง่าย ประเทศไทยมีกฎหมายห้ามตั้งโชว์บุหรี่

ลักษณะของตู้ขายบุหรี่ที่ถูกต้อง

- ต้องปิดทึบ ไม่ให้เห็นซองบุหรี่
- ตู้ขายบุหรี่ต้องไม่มีโลโก้ หรือสัญลักษณ์ยี่ห้อบุหรี่ที่บริเวณตู้
- ไม่เปิดตู้ทิ้งไว้ตลอดเวลา
- หากไม่มีตู้จำหน่ายต้องเก็บบุหรี่ให้มิดชิด
- อนุญาตให้ติดได้เฉพาะป้าย “ที่นี่ขายบุหรี่” หรือ “cigarettes sold here” เท่านั้น

สังเกต: การตั้งโชว์ให้เห็นซองบุหรี่ หรือ การเปิดตู้ไว้ตลอดเวลาโดยไม่มีควมจำเป็น



ร้านค้าปลีกตั้งโชว์บุหรี่



การตั้งโชว์บุหรี่ที่ร้านค้าปลอดภาษี

2. ตูโชว์บุหรี่

ข้อมูลประกอบ: ตูโชว์บุหรี่ จากการเฝ้าระวังในหลายประเทศ บริษัทบุหรี่ปัทยาสูบใช้ ตูโชว์บุหรี่เป็นจุดโฆษณาที่หือ โดยอาจจะใช้ลักษณะของตู้และสีสันให้สอดคล้องกับยี่ห้อ บุหรี่ที่ต้องการโฆษณา การกระทำดังกล่าวผิดตาม พรบ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ซึ่งห้ามโฆษณาทุกรูปแบบ

สังเกต: ตู้โชว์บุหรี่ที่มีสีสัน สะดุดตา หรือ สียี่ห้อบุหรี่ปัทยาสูบ
(เช่น ขาว แดง, น้ำเงิน, ฟ้ำ)



บริษัทฟิลลิป มอริส ให้ตั่งโชว์ซึ่งทำรูปทรงและสีเหมือนของบุหรี่ปัทยาสูบ

3. ตั้งบูทริ่ขายตามตลาดนัด งานวัด, งานเทศกาลต่างๆ เช่น คอนเสิร์ต, ลานเบียร์, งานกาชาด, งานไอทอป

ข้อมูลประกอบ: การขายปลีกบูทริ่และยาสูบต้องได้รับการอนุญาตและขึ้นทะเบียนจากกรมสรรพสามิต การตั้งบูทริ่ขาย หรือ เปิดท้ายขายบูทริ่ ตามตลาดนัดจึงเข้าข่ายผิดกฎหมาย และ ทำให้เยาวชนเข้าถึงได้ง่าย

สังเกต: ตลาดนัด งานวัด งานการกุศลต่างๆ



เด็กขายบูทริ่ซุกรสตามตลาดนัด

4. การมีหัตถ์บูทรีปรากฏในสินค้าอื่นๆ

ข้อมูลประกอบ: กฎหมายควบคุมยาสูบไม่อนุญาตให้มีหัตถ์หรือโลโก้บนสินค้าหรืออุปกรณ์ใดๆ

สังเกต: สินค้าจำพวก เสื้อ กระเป๋า ต่างหู ไฟแช็ค ร่ม กล้องสแตนด์เลสใส่ของอันเล็ก



ของใช้ที่มีหัตถ์บูทรีอยู่ด้วย



ของเล่นเด็กที่มีหัตถ์บูทรีอยู่

ตัวอย่างการส่งเสริมการขายบุหรี

1. การแบ่งขายบุหรี

ข้อมูลประกอบ: การขายบุหรีแยกมวน ทำให้เยาวชนเข้าถึงได้ง่ายขึ้น พบ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ จึงห้ามการขายแยกมวน ให้ขายได้เฉพาะ 20 มวนต่อซองเท่านั้น ต่ำกว่านี้ไม่ได้ การเปิดซองแบ่งขายยังอาจจะทำให้บุหรีเกิดความชื้นและขึ้นราได้ง่ายด้วย

สังเกต: ขอซื้อบุหรีแบ่งขาย จำนวนมวนที่แบ่ง ราคาขาย

2. การลด แลก แจก แถม

ข้อมูลประกอบ:

- การลดราคาบุหรีจากราคาปกติ
- การแลกบุหรี เช่น นำซองบุหรีมาแลกบัตรคอนเสิร์ต
- การแจกตัวอย่างบุหรีฟรี
- การแถมบุหรีไปกับสินค้าหรือกิจกรรมอื่นๆ

สังเกต: ป้ายแจกของแถมเมื่อซื้อบุหรี



แจกกระเป๋าเมื่อซื้อครบจำนวน

3. การแจกบุหรี่ให้ทดลองฟรี

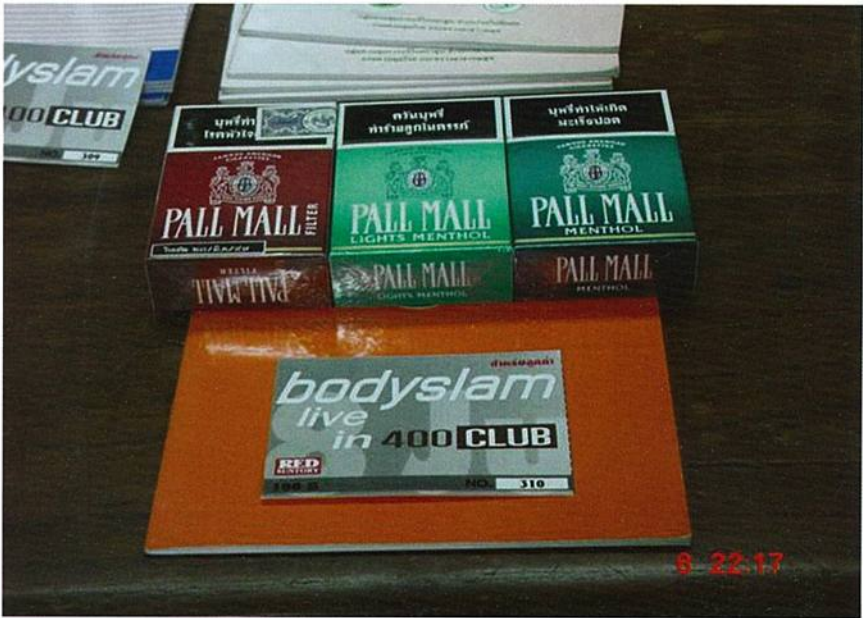
ข้อมูลประกอบ: การแจก แลก แถมบุหรี่ ถือว่าเป็นการส่งเสริมการขาย เข้าข่ายผิดกฎหมายควบคุมยาสูบไทย

สังเกต: วิทยุรับจ้างมาแจกบุหรี่ตามผับ บาร์ คาราโอเกะ หรือ ร้านอาหารกลางคืน

4. การใช้ซองบุหรี่แลกของ หรือ บัตรคอนเสิร์ต

ข้อมูลประกอบ: การแจก แลก แถมบุหรี่ ถือว่าเป็นการส่งเสริมการขาย เข้าข่ายผิดกฎหมายควบคุมยาสูบไทย

สังเกต: ป้ายโฆษณา ที่มีเนื้อหาดังกล่าว



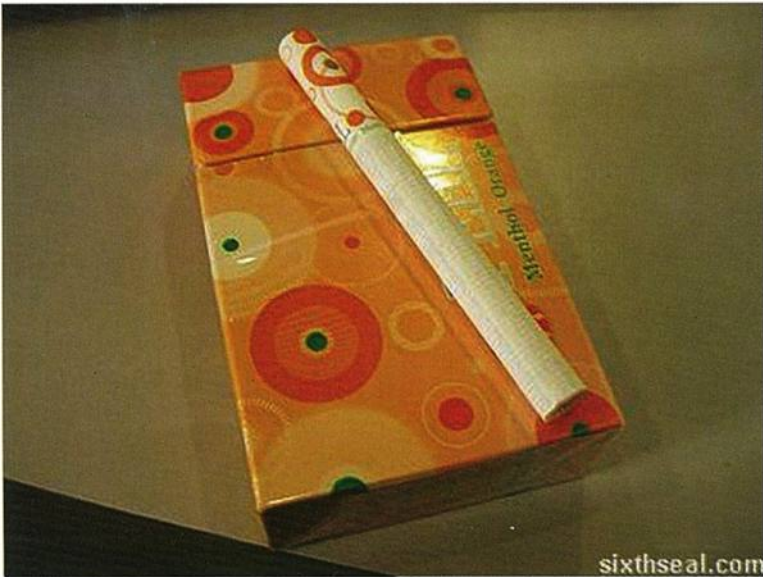
นำซองบุหรี่มาแลกบัตรคอนเสิร์ต

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ยาสูบพิดกฎหมาย

1. บุหรี่ซูรส

ข้อมูลประกอบ: บุหรี่ซูรส เช่น รสผลไม้ กลิ่นดอกไม้ รสช็อคโกแลต บุหรี่ซูรสทำขึ้นเพื่อต้องการดึงกลุ่มเยาวชนให้เสพติดบุหรี่ยง่ายขึ้น ปัจจุบันกฎหมายไทยไม่ให้นำเข้าและผลิตบุหรี่ประเภทนี้

สังเกต: บุหรี่รสส้ม สตรอเบอร์รี่ ช็อคโกแลต พีช เซอร์รี่ โดยปกติ กล่องหรือซองจะทำสีสันทามรสชาติของบุหรี่ พบเห็นตามตลาดนัด ศูนย์การค้าทั้งในกรุงเทพและต่างจังหวัด หรือขายทางอินเทอร์เน็ต เป็นบุหรี่เถื่อนไม่ได้เสียภาษี



บุหรี่ซูรส สีสันทสวยงาม

2. โฆษณาชนิดบนซองบุหรี่

ข้อมูลประกอบ: ปัจจุบันบริษัทบุหรี่ยี่ห้อใหม่ ๆ ออกมาในท้องตลาดเช่น บุหรี่รสเมนทอล รสโครว (clove) บุหรี่ทาร์ต่ำ บุหรี่รสอ่อน รสละมุน ซึ่งการใช้คำบนซองบุหรี่ที่สื่อในลักษณะนี้ถือว่าเป็นการโฆษณาด้วย

สังเกต: บุหรี่ใหม่ๆ ที่ไม่เคยเห็นในการเฝ้าระวังก่อนหน้านี้ และซองบุหรี่ที่มีคำโฆษณาแฝงบนซอง

3. บุหรี่ไม่มีภาพคำเตือน

ข้อมูลประกอบ: ประเทศไทยมีกฎหมายให้บริษัทผู้ผลิตบุหรี่และยาเส้น พิมพ์ภาพคำเตือน บนด้านบนของซองบุหรี่ เนื้อที่ของภาพต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 55 ของพื้นที่ซองทั้ง 2 ด้าน

สังเกต: บุหรี่ที่ไม่มีภาพคำเตือน หรือ ภาพคำเตือนเล็กกว่าร้อยละ 55

4. บุหรี่ซองเล็ก

ข้อมูลประกอบ: กฎหมายควบคุมยาสูบไทยห้ามขายบุหรี่ที่บรรจุของน้อยกว่า 20 มวนต่อซอง

สังเกต: บุหรี่ซองเล็ก หรือ kiddy pack

5. บุหรี่ในซองรูปร่างแปลก

ข้อมูลประกอบ: ปัจจุบันกฎหมายควบคุมยาสูบไม่ให้โฆษณาทุกรูปแบบ อุตสาหกรรมยาสูบจึงใช้ซองเป็นที่ดึงดูดลูกค้าใหม่

สังเกต: ซองเปิดแพ็คเกจเหมือนกระเป๋าสตางค์ ทรงหลายเหลี่ยม ทรงเหมือนกล่องลิปสติก บุหรี่สำหรับผู้หญิง ซองมีลวดลายสวยงาม



บุหรี่ที่มีบรรจุภัณฑ์แบบแปลกใหม่



บุหรี่ที่ทำบรรจุภัณฑ์และรูปมวนเรียวยาวเล็ก
สำหรับผู้หญิง

6. บุหรี่ชนิดใหม่

ข้อมูลประกอบ: ปัจจุบันมีระบบการนำส่งนิโคตินแบบใหม่ๆ เกิดขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องติดตามเฝ้าระวัง

สังเกต: บุหรี่ไฟฟ้า เครื่องมวนบุหรี่มวนเอง บุหรี่ไร้ควัน



บุหรี่ไฟฟ้า



บุหรี่ไร้ควัน

แนวทางการเฝ้าระวังพฤติกรรมบริษัทและผู้ค้าปลีกย่อย จำแนกตามแหล่งต่าง ๆ

ที่	แหล่งที่เฝ้าระวัง	การโฆษณา ณ จุดขาย			ประเด็นการเฝ้าระวัง							ช่วงเวลาเฝ้าระวัง	
		การโฆษณา ณ จุดขาย	การโฆษณา ณ จุดขาย	การโฆษณา ณ จุดขาย	พฤติกรรมการส่งเสริมการขายของแหล่งที่เฝ้าระวัง	ผลิตภัณฑ์หรือ	ผลิตภัณฑ์หรือ	ผลิตภัณฑ์หรือ	ผลิตภัณฑ์หรือ	ผลิตภัณฑ์หรือ	ผลิตภัณฑ์หรือ		
1	ร้านสะดวกซื้อ	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง/เดือน
2	ร้านโชห่วย	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง/สัปดาห์
3	ซูเปอร์มาร์เก็ต	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / 2 เดือน
4	ร้านอาหารกลางวัน	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / 2 เดือน
5	ร้านอาหารกลางคืน	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน
6	ห้างสรรพสินค้า	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน
7	แหล่งช้อปปิ้ง	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน
8	ตลาดนัด(ทุกรูปแบบ)	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน
9	งานวัดประเพณี	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	เมื่อมีการจัด
10	ลานเอนก	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	เมื่อมีการจัด
11	ผู้บริหารโครงการ	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน
12	ร้านกาแฟ	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน
13	ร้านสุกี้	/	/	/	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	ศูนย์โฆษณา	1 ครั้ง / เดือน

แบบบันทึกข้อมูลการเฝ้าระวังบริษัทบุทรี



แหล่ง/สถานที่ : ถนนสายหลัก, ชุมชนหน้าโรงเรียน, ตลาดนัด, งานวัด, แผงลอย,
งานนิทรรศการ/อีเวนต์, ร้านอาหาร, ผับ/บาร์/คาราโอเกะ, ลานเบียร์, ร้านเกมส์

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

รูปแบบโฆษณา ณ จุดขาย

- ลักษณะการตั้งโชว์บุทรี เป็นแบบใด?
 - บุทรีอยู่ในตู้เก็บและตู้ปิดตลอดเวลา
 - บุทรีอยู่ในตู้เก็บ แต่เปิดตู้ให้เห็นบุทรีตลอดเวลา
 - มีซอง / โลโก้ ยี่ห้อมุทรีตั้งอยู่นอกตู้เห็นชัดเจน
 - อื่นๆ (ระบุ).....
- ลักษณะของตู้โชว์บุทรี เป็นอย่างไร?
 - ลักษณะของตู้บุทรีมีสีสันทันและโฆษณาที่ตั้งดูหรือมีสีสันทัน คล้าย ยี่ห้อมุทรียี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่ง
 - ตู้ที่ปิดสนิท มองดูไม่ทราบว่าเก็บบุทรี
 - อื่นๆ (ระบุ).....
- มีการโฆษณาที่ยี่ห้อมุทรี ร่วมกับสินค้าอื่นๆ หรือมีของแจก ของแถมที่มียี่ห้อมุทรีหรือไม่ อย่างไร?
 - ไม่มี
 - มีการโฆษณา (ระบุ).....

พฤติกรรมส่งเสริมการขาย

พฤติกรรมผู้ประกอบการ	ไม่มี	มี	บันทึกข้อมูล ที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติม
4. แบ่งขายบุทรี			
5. ติดป้ายลดราคาบุทรี			
6. แจกบุทรีที่ทดลองฟรี			
7. แจกบุทรีไปกับสินค้าอื่นๆ			
8. บริการ ใช้ซองบุทรีแลกของ			
9. แจกของที่เป็นสื่อโฆษณาบุทรี			
10. มีกิจกรรมการแสดง ที่มีบุทรี/ใช้บุทรีร่วมอยู่ด้วย			
11. มีเด็กรับจ้างขายบุทรีเข้ามาในร้านหรือไม่			
12. มีโฆษณาบุทรีในโทรทัศน์หรือวีดิทัศน์ภายในร้าน			
พบสื่อโฆษณายี่ห้อมุทรีหรือชื่อบริษัท เช่น ปฏิทิน, ไฟแช็ค, กระเป๋า, เสื้อ, ร่ม, กล้องใส่ซอง ฯลฯ			

ผลิตภัณฑ์บุทรี

ประเด็นเก็บข้อมูล	ผลการเก็บข้อมูล	บันทึกข้อมูล ที่เป็นประโยชน์เพิ่มเติม
13. มีบุทรีซุรส จำหน่ายหรือไม่	<input type="checkbox"/> ไม่มี <input type="checkbox"/> มี	
14. มีบุทรีของรูปร่างแปลกจำหน่าย	<input type="checkbox"/> ไม่มี <input type="checkbox"/> มี	
15. มีบุทรีของเล็ก (<20 มวน) จำหน่าย	<input type="checkbox"/> ไม่มี <input type="checkbox"/> มี	
16. มีบุทรีไฟฟ้าจำหน่าย	<input type="checkbox"/> ไม่มี <input type="checkbox"/> มี	
17. มีเครื่องมวนบุทรีจำหน่าย	<input type="checkbox"/> ไม่มี <input type="checkbox"/> มี	
18. มีภาพคำเตือนบนซอง หรือไม่	<input type="checkbox"/> มี <input type="checkbox"/> ไม่มี	
19. ความถูกต้องของภาพคำเตือนบนซอง	<input type="checkbox"/> ถูก <input type="checkbox"/> ไม่ถูก	

ฉบับปรับปรุง มีนาคม พ.ศ. 2553

จัดทำโดย

เครือข่ายเฝ้าระวังอุตสาหกรรมยาสูบ
มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่
เครือข่ายนักธรรมาภิบาลไม่สูบบุหรี่ เอเชีย

กองบรรณาธิการ

ผศ.ดร. ปิยะรัตน์ นิมพิทักษ์พงศ์
คุณสถาพร จิรัตนานนท์
ผศ.ดร. ณรงค์ศักดิ์ หนูสอน
ดร.ไพรัตน์ อังอินทร์
คุณกำหนด มีจักร
ดร.ประจวบ แผลมหลัก

ขอขอบคุณ

คุณมิ่งอร ฤทธิภักดี
คุณชูรุณี พิษณุกุลมงคล

สนับสนุนโดย

ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)
Southeast Asia Tobacco Control Alliance (SEATCA)
มูลนิธิธรรมาภิบาลเพื่อการไม่สูบบุหรี่ (มสบ.)
มหาวิทยาลัยนเรศวร