

ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่

ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ นับเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารพิษภัยของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน หีบห่อไปสู่ผู้บริโภค ยิ่งไปกว่านั้น ยังเป็นดังอาวุธที่ทรงประสิทธิภาพในการต่อกรกับกลยุทธ์ทางการตลาด ในการใช้ภาพ สี ข้อความ บนซอง โน้มน้าวให้ประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัยรุ่น ให้สนใจ และเกิดค่านิยมที่ดีต่อการสูบบุหรี่ การศึกษาวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลสนับสนุนการคิดค้นแนวทางเพื่อพัฒนาภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด จึงเป็นหนึ่งในประเด็นที่จะช่วยยกระดับการควบคุมยาสูบของประเทศไทย

มุมมอง “วัยรุ่นไทย” ต่อคำเตือนบนซองบุหรี่

แม้มีงานวิจัยทั้งของไทยและเทศ เกี่ยวกับภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ที่ยืนยันว่า ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่มีผลในการลดอัตราการสูบบุหรี่ของผู้สูบบุหรี่ได้ แต่ในบ้านเรายังไม่เคยมีการศึกษาถึงผลของภาพคำเตือนต่อเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่อัตราการสูบบุหรี่มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยเฉพาะนักเรียนอาชีวศึกษา ซึ่งมีอัตราสูบบุหรี่มากที่สุด คือ ร้อยละ 18.45 นี่คือนิสัยที่มาจากงานวิจัยเรื่องผลของฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่ต่อการรับรู้ด้านสุขภาพของนักเรียนอาชีวศึกษา โดยธนันท์ วรรณศิริโรจน์ ที่มุ่งศึกษาการรับรู้ความรุนแรง และโอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนและข้อความแสดงข้อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียนอาชีวศึกษาในกรุงเทพมหานคร สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา จำนวน 480 คน อัตราการสูบบุหรี่ของกลุ่มตัวอย่าง คือ ร้อยละ 30.6 (ชาย ร้อยละ 42.8 หญิง ร้อยละ 12.1) อายุเฉลี่ยในการเริ่มต้นสูบ คือ 14.33 ปี สาเหตุที่เริ่มสูบเพราะความอยากลอง ร้อยละ 49.2 ผู้ที่สูบส่วนใหญ่ซื้อบุหรี่เป็นซองและมวน ร้อยละ 42.1 ยี่ห้อที่สูบส่วนใหญ่ คือ กรองทิพย์ ร้อยละ 67.6 โดยซื้อที่ห้างหรือร้านค้าเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 66.9)



การเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่

กว่าร้อยละ 90 เคยเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เคยเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ร้อยละ 96.5 โดยทั้งกลุ่มที่ไม่เคยสูบ เคยสูบแต่เลิกแล้ว และกลุ่มที่ปัจจุบันยังสูบอยู่ เคยเห็น ร้อยละ 95.0, 98.5 และ 97.9 ตามลำดับ

เมื่อจำแนกตามพฤติกรรมการสูบบุหรี่แล้ว พบว่า ในทั้ง 3 กลุ่ม สามารถระลึก ทั้ง 9 ภาพคำเตือน ได้ ร้อยละ 39.9, 43.9 และ 41.3 ตามลำดับ

ภาพคำเตือนที่จำได้มากและน้อยที่สุด

ภาพคำเตือนที่ทั้ง 3 กลุ่มสามารถระลึกได้มากที่สุด คือ ภาพควันบุหรี่ทำให้เกิดมะเร็งปอด คิดเป็น ร้อยละ 83.3, 93.9 และ ร้อยละ 85.9 ตามลำดับ ขณะที่ ภาพคำเตือนที่จำได้น้อยที่สุด คือ ภาพควันบุหรี่ทำให้เส้นเลือดสมองแตก คิดเป็น ร้อยละ 56.7, 61.5 และ 62.0 ตามลำดับ



(ซ้าย) ภาพที่จำได้มากที่สุด (ขวา) ภาพที่จำได้น้อยที่สุด

ภาพคำเตือนบนซองบุรียกับการรับรู้ความรุนแรงและโอกาสเสี่ยงด้านสุขภาพจากบุหรี่

ผู้หญิงรับรู้ความรุนแรงและโอกาสเสี่ยงฯ มากกว่าผู้ชาย

จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการรับรู้ด้านสุขภาพ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ข้อความแสดงข้อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ กับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนอาชีวศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้หญิงมีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงและโอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือน (8.03 คะแนน) และจาก ข้อความแสดงข้อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ (6.88 คะแนน) ซึ่งสูงกว่าเพศชาย (5.81 และ 7.39 คะแนน ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มที่ยังสูบบุหรี่อยู่รับรู้ความรุนแรงน้อยที่สุด

เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ปัจจุบันสูบบุหรี่มีคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ (6.87 คะแนน) ซึ่งน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่เคยสูบ (7.99 คะแนน) และกลุ่มที่เคยสูบแต่เลิกแล้ว (7.61 คะแนน)

เช่นเดียวกับคะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงและโอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นข้อความแสดงข้อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ ที่พบว่า กลุ่มที่ปัจจุบันยังสูบบุหรี่มีคะแนนน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่เคยสูบและกลุ่มที่เคยสูบแต่เลิกแล้ว (6.14, 7.08 และ 6.79 คะแนน ตามลำดับ)

การรับรู้โอกาสเสี่ยง...ไม่แตกต่างกัน 3 กลุ่ม

ขณะที่การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่และข้อความแสดงข้อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ พบว่า กลุ่มที่ปัจจุบันยังสูบ (5.64 และ 6.91 คะแนน) กลุ่มไม่สูบบุหรี่ (5.81 และ 7.06 คะแนน) และกลุ่มเคยสูบแต่เลิกแล้ว (5.72 และ 7.15 คะแนน) พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบุรียที่มีภาพคำเตือน

ผู้ชายไม่อยากพกและซื้อบุหรี่ที่มีภาพคำเตือนมากกว่าผู้หญิง

จากการศึกษาเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ของบุรียที่มีภาพคำเตือนกับพฤติกรรมการสูบบุหรี่ของนักเรียนอาชีวศึกษา ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ทั้งชายและหญิงไม่อยากพกพาบุรียที่มีภาพคำเตือนไปสูบในกลุ่มเพื่อนและไม่อยากซื้อบุรียที่มีภาพคำเตือน โดยคะแนนเฉลี่ยของผู้หญิงเท่ากับ 3.52 และ 2.23 คะแนน, ผู้ชาย 4.23 และ 3.08 คะแนน

กลุ่มไม่เคยสูบบุหรี่ไม่อยากพกพามากที่สุด

จากการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยภาพลักษณ์ต่อการพกพาบุรียที่มีภาพคำเตือนไปสูบในกลุ่มเพื่อน พบว่า กลุ่มไม่เคยสูบบุหรี่ไม่อยากพกพามากที่สุด (3.53 คะแนน) กลุ่มที่เคยสูบแต่เลิกแล้ว (3.66 คะแนน) และกลุ่มที่ปัจจุบันยังสูบ (4.75คะแนน) โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามรายภาพคำเตือน พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มไม่เคยสูบบุหรี่ไม่อยากพกพามากกว่ากลุ่มเคยสูบบุรียแต่เลิกแล้ว และกลุ่มปัจจุบันสูบบุหรี่ที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นภาพสูบบุหรี่แล้วเป็นมะเร็งกล่องเสียงที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มไม่เคยสูบบุหรี่ไม่อยากซื้อมากที่สุด

ขณะที่ภาพลักษณ์ต่อการซื้อบุรียที่มีภาพคำเตือนของทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มที่ไม่เคยสูบไม่อยากซื้อ มากที่สุด (2.25 คะแนน) รองลงมาคือ กลุ่มที่เคยสูบแต่เลิกแล้ว (2.47 คะแนน) และกลุ่มที่ปัจจุบันยังสูบบุหรี่ (3.76 คะแนน) โดยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามรายภาพ พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทุกภาพคำเตือน ส่วนใหญ่กลุ่มไม่เคยสูบไม่อยากซื้อบุรียที่มี

ภาพคำเตือนมากกว่ากลุ่มที่เคยสูบแต่เลิกแล้ว และกลุ่มที่ปัจจุบันยังสูบ ยกเว้นภาพสูบแล้วเป็นมะเร็งกล่องเสียงที่กลุ่มเคยสูบแต่เลิกแล้วไม่อยากซื้อมากกว่ากลุ่มอื่น

ความคิดเห็นต่อภาพลักษณะของบุหรี่ยุคกับการระลึกถึงภาพคำเตือนและข้อความแสดงชื่อสารพิษ และสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่

พบว่า คะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ทั้ง 9 ภาพของกลุ่มที่ไม่เคยเห็นเท่ากับ 8.63 คะแนน กลุ่มที่ระลึกได้เท่ากับ 7.92 คะแนน และกลุ่มที่ระลึกไม่ได้เท่ากับ 7.22 คะแนน ซึ่งมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีเพียง 5 ภาพเท่านั้น ที่กลุ่มระลึกได้รับรู้ความรุนแรงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ มากกว่ากลุ่มที่ไม่เคยเห็นและกลุ่มที่ระลึกไม่ได้

ขณะที่คะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นข้อความแสดงชื่อสารพิษ และสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ของกลุ่มที่ระลึกได้เท่ากับ 7.52 คะแนน กลุ่มที่ระลึกไม่ได้เท่ากับ 6.64 คะแนน และกลุ่มที่ไม่เคยเห็นเท่ากับ 6.93 คะแนน และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตามข้อความ พบว่า ข้อความสารพิษในควันบุหรี่ กลุ่มที่ระลึกได้มีการรับรู้ความรุนแรงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่มากกว่า กลุ่มที่ระลึกไม่ได้และกลุ่มที่ไม่เคยเห็น และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ทั้ง 9 ภาพ พบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

เปรียบเทียบความต่างระหว่างการรับรู้ด้านสุขภาพกับความตั้งใจเลิกสูบบุหรี่ของผู้ที่สูบ

พบว่า กลุ่มที่ตั้งใจเลิกสูบบุหรี่ มีการรับรู้ความรุนแรงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ (7.12 คะแนน) สูงกว่า กลุ่มที่ตั้งใจไม่เลิก (6.10 คะแนน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ขณะที่คะแนนเฉลี่ยการรับรู้ความรุนแรงฯ จากการเห็นข้อความแสดงชื่อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ ของกลุ่มที่ตั้งใจเลิกสูบบุหรี่ เท่ากับ 6.71 คะแนน กลุ่มที่ตั้งใจไม่เลิกสูบบุหรี่ เท่ากับ 4.86 คะแนน และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ในส่วนของ การรับรู้โอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากการสูบบุหรี่ จากการเห็นภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ของกลุ่มที่ตั้งใจเลิกสูบบุหรี่เท่ากับ 6.01 คะแนน กลุ่มที่ตั้งใจไม่เลิกสูบบุหรี่ เท่ากับ 4.51 คะแนน และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่คะแนนเฉลี่ยการรับรู้โอกาสเสี่ยงต่ออันตรายจากการเห็นข้อความแสดงชื่อสารพิษฯ ของกลุ่มที่ตั้งใจเลิกสูบบุหรี่เท่ากับ 7.03 คะแนน และกลุ่มที่ตั้งใจไม่เลิกสูบบุหรี่เท่ากับ 6.81 คะแนน โดยไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

“สีพื้นซอง” มีอิทธิพลต่อจิตใจ

สืบเนื่องจาก ประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 8 ที่ได้กำหนดรายละเอียดของฉลากใหม่ โดยให้เป็นรูปภาพ 4 สี ประกอบข้อความคำเตือนถึงพิษภัยของบุหรี่ 6 แบบคละกันไป ขนาดของฉลากคำเตือนต้องมีพื้นที่ไม่น้อยกว่า ร้อยละ 50 ของพื้นที่ซอง และให้อยู่บริเวณด้านบนของซองบุหรี่ทั้งด้านหน้าและด้านหลัง โดยมีผลบังคับใช้มาตั้งแต่วันที่ 25 มีนาคม 2549

มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ จึงร่วมกับ ศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์และวิจัยความสุขชุมชน (ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ดำเนินการศึกษากลุ่มคนผู้สูบบุหรี่ที่มีต่อรูปภาพคำเตือนบนซองบุหรี่จำนวน 5 ภาพ ว่า ระหว่างที่เห็นภาพสีด้ากับสีขาว แบบใดที่มีผลในการช่วยยับยั้งความต้องการสูบบุหรี่ได้มากกว่า โดยกลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษา คือ กลุ่มผู้สูบบุหรี่อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่พักอาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร รวมจำนวนทั้งสิ้น 120 ตัวอย่าง

ผลการศึกษา พบสอดคล้องไปในทางเดียวกันว่า ในภาพทั้ง 5 ชุดที่ทำการศึกษา กลุ่มตัวอย่างเห็นตรงกันว่า ภาพชุด ก. ที่มีพื้นซองสีดำ ทำให้เกิดความรู้สึก น่ารังเกียจ/กลัว เห็นแล้วไม่อยากสูบบุหรี่ และเห็นแล้วไม่อยากมองบนซองบุหรี่ มากกว่าภาพชุด ข. ที่เป็นพื้นสีขาว



ภาพชุด ก. ที่มีพื้นซองสีดำ

ภาพชุด ข. ที่เป็นพื้นสีขาว

ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

1. มาตรการมีภาพคำเตือนและข้อความแสดงชื่อสารพิษและสารก่อมะเร็งในควันบุหรี่ เป็นมาตรการที่มีประสิทธิภาพที่กระทรวงสาธารณสุขต้องบังคับใช้อย่างต่อเนื่อง
2. ควรมีภาพคำเตือนสำหรับกลุ่มเยาวชนโดยเฉพาะ และควรใช้ภาพคำเตือนที่แสดงถึงความน่ากลัวและสื่อความหมายที่ชัดเจน เนื่องจากภาพคำเตือนมีการระลึกถึงได้น้อย
3. ควรมีการรณรงค์ภาพคำเตือนผ่านสื่อมวลชนต่างๆ เนื่องจากสื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อความคิด ค่านิยม และพฤติกรรมของเยาวชน

ผลิตโดย ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)
วิทยาเขตราชวิถี มหาวิทยาลัยมหิดล 420/1 อาคารอเนกประสงค์ ชั้น 5 ถ.ราชวิถี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0-2354-5346 โทรสาร: 0-2354-5347 อีเมล: webmaster@trc.or.th

ท. 50-04-018
TOR 53-01-28

องค์ความรู้
ชุดการควบคุมยาสูบ
ด้านการสื่อสาร
เพื่อปรับเปลี่ยน
พฤติกรรมและสังคม

23

ภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ ความคิดเห็นของวัยรุ่น-ผู้สูบบุหรี่ และผลต่อการรับรู้ด้านสุขภาพ ของนักเรียนอาชีวศึกษา



ชื่องานวิจัยและผู้วิจัย

1. ผลของฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่ต่อการรับรู้ด้านสุขภาพของนักเรียนอาชีวศึกษา ในกรุงเทพมหานคร โดย ธนันทน์ วรรณศิริรัตน์
2. ความคิดเห็นต่อรูปแบบภาพคำเตือนบนซองบุหรี่ กรณีศึกษาผู้สูบบุหรี่อายุ 18 ปีขึ้นไป ในเขตกรุงเทพมหานคร โดย มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ และศูนย์เครือข่ายวิชาการเพื่อสังเกตการณ์และวิจัยความสุขชุมชน (ศูนย์วิจัยความสุขชุมชน) มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ