

## เร่งบังคับใช้กฎหมาย “ห้ามขายบุหรี่ไฟฟ้า” ป้องกัน ชื้อ-ขาย บุหรี่ไฟฟ้า บนสื่อออนไลน์

ผศ.ดร.นพ.วิรัช เกษมทรัพย์ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.) กล่าวถึงบทความ ‘Protecting Youth From Online E-Cigarette Marketing: Findings From a New Study in India, Indonesia and Mexico’ ซึ่งเป็นการศึกษาการทำการตลาดบุหรี่ไฟฟ้าบนสื่อออนไลน์ ระหว่าง 15 ธันวาคม ค.ศ.2021 – 16 มีนาคม ค.ศ.2022 ใน 3 ประเทศ คือ 1. อินเดีย ซึ่งห้ามนำเข้า ห้ามขาย และห้ามโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้า ตั้งแต่ ค.ศ.2019 2. อินโดนีเซีย ซึ่งไม่มีกฎหมายควบคุมบุหรี่ไฟฟ้า และ 3. เม็กซิโก ซึ่งมีกฎหมายห้ามนำเข้าบุหรี่ไฟฟ้าอย่างเดียวก่อน ค.ศ.2022 จนกระทั่ง พฤษภาคม ค.ศ.2022 ห้ามสมบุรณ์แบบ ทั้งห้ามนำเข้า ห้ามขาย และห้ามโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้า ซึ่งพบว่า

1. ประเทศที่มีกฎหมายห้ามขายบุหรี่ไฟฟ้า จะสามารถควบคุมการซื้อขายบนตลาดออนไลน์ได้ดีกว่าประเทศที่ไม่มีกฎหมายควบคุมบุหรี่ไฟฟ้า โดยปริมาณของบุหรี่ไฟฟ้าในตลาดออนไลน์ในอินโดนีเซีย, เม็กซิโก และอินเดีย เท่ากับ 70, 25 และ 10% ตามลำดับ

2. แม้ว่าบุหรี่ไฟฟ้าจะถูกอ้างว่าใช้เพื่อเลิกบุหรี่ธรรมดา ห้ามขายให้เยาวชน แต่พบว่าตลาดบุหรี่ไฟฟ้าบนสื่อออนไลน์กลับทำการตลาดที่ทันสมัย มีเสน่ห์ เท่ห์ โดยเน้นที่กลิ่น สี และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูด ทันสมัย และแฟชั่นเฉพาะกลุ่ม เช่น การ์ตูน ตามราศี ผู้หญิง หุ่นยนต์ ซูเปอร์ฮีโร่ ซึ่งพบการตลาดล่าเหยื่อมุ่งเป้าเยาวชนถึง 86, 73 และ 53% ในอินเดีย, เม็กซิโก และอินโดนีเซีย ตามลำดับ

3. ในข้อมูลบนสื่อโซเชียลมีเดีย มีเพียงจำนวนน้อยที่ประชาสัมพันธ์ถึงอันตรายของบุหรี่ไฟฟ้า คือพบเพียง 8% ในเม็กซิโก 0.3% ในอินโดนีเซีย และไม่พบเลยในอินเดีย

ดังนั้น รัฐบาลไทย นอกจากต้อง ‘คงมาตรการห้ามนำเข้าและห้ามขายบุหรี่ไฟฟ้า’ ซึ่งเป็นมาตรการที่ดีที่สุดแล้ว จะต้องเร่งรัด ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องเร่งบังคับใช้กฎหมายจับกุมผู้กระทำความผิด ที่ลักลอบนำเข้าและขายบุหรี่ไฟฟ้าทางสื่อออนไลน์



เพื่อปกป้องเยาวชนจากการตลาดล่าเหยื่อนี้ พร้อมทั้งเร่งให้ความรู้แก่เยาวชนบนสื่อออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น