

กฎหมายควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์
ในกลุ่มประเทศอาเซียน
Online Tobacco Product Selling Control Laws in ASEAN

อนุเทพ สุขศรีวงศ์*

ณัชญาภิญจน์ รัตนวรกานต์**

สำนักวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

เลขที่ 333 หมู่ที่ 1 ตำบลท่าสุต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
เลขที่ 46 หมู่ที่ 3 ตำบลจอมบึง อำเภोजอมบึง จังหวัดราชบุรี 70150

Anuthep Sooksriwong

Nashayagal Rattanavorrangant

School of law Mae Fah Luang University, 333 Moo1 Thasud

Muang District Chiang Rai 57100

Faculty of Humanities and Social Sciences

Muban Chombueng Rajabhat University, 46 Moo 3 Chombueng

Chombueng District Ratchaburi 70150

เมลล์ติดต่อ: anuthep_s@hotmail.com, nashayagal@gmail.com

บทคัดย่อ

ในแต่ละปีมีเยาวชนรายใหม่ที่สูบบุหรี่เพิ่มขึ้นราว 200,000 -300,000 คน ทำให้เยาวชนกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของกลุ่มธุรกิจยาสูบ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้ง่ายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ทำให้เกิดนักสูบหน้าใหม่

* อาจารย์ประจำ, สำนักวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

** อาจารย์ประจำ, สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ทำให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้ง่าย เพราะไม่สามารถจำกัดการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกฎหมายควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ในกลุ่มประเทศอาเซียน พบว่า การควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์จะต้องควบคุมการโฆษณาและการจำหน่ายในการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบมีรายละเอียดที่แตกต่างกันโดยประเทศไทย ราชอาณาจักรกัมพูชา ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และสาธารณรัฐสิงคโปร์มีการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบเข้มงวดกว่าประเทศอื่น ประเทศที่มีกฎหมายห้ามการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สำหรับประเทศไทยนอกจากพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 การควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ยังอยู่ภายใต้กฎหมายที่ควบคุมการนำเข้า การเสียภาษี การทำธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ การคุ้มครองผู้บริโภค การกำหนดราคาสินค้าและบริการ

คำสำคัญ: กฎหมาย, การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์, อาเซียน

Abstract

Every year, there are around 200,000-300,000 brand new young smoker. Youth are become major target of tobacco business sector. Easy accessing of tobacco product is the key factor that increases new smoker. Online tobacco product selling has created an easy accessing of tobacco product because of limiting tobacco accessing is undoable.

The object of this article is presenting laws which control online tobacco product selling in ASEAN nations. Founding is controlling of online tobacco product selling has to be done by control its advertising and selling. The controlling of tobacco product advertising is vary in detail by each nation which Thailand, Kingdom of Cambodia, Malaysia, Republic of the Union of Myanmar and Republic of Singapore have stricter controlling of tobacco product advertising than other nations. Countries which have law that bans online tobacco product selling, are Thailand, Malaysia and Lao People's Democratic Republic. In Thailand aside of Tobacco Product Control Act B.E.2560, controlling of online tobacco product selling is under laws that control imports, taxation, electronic transactions, consumer protection, and product and service pricing.

Keywords: Law, Controlling of Online Tobacco Selling, ASEAN

1. บทนำ

วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ.2562 องค์การอนามัยโลก (WHO) มีคำเตือนเกี่ยวกับพิษภัยของบุหรี่ที่เป็นภัยร้ายคร่าชีวิตประชากรทั่วโลกถึง 8 ล้านคนในแต่ละปี จากจำนวนนี้ร้อยละ 40 เสียชีวิตจากโรคปอด และอีกประมาณ 1 ล้านคน เสียชีวิตจากการได้รับควันบุหรี่มือสอง ขณะที่มียุติเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี มากกว่า 60,000 คน ต้องเสียชีวิตจากการติดเชื้อในระบบทางเดินหายใจ¹ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้ง่าย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดที่ทำให้เกิดการบริโภคยาสูบในระยะเริ่มแรก² การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์จะทำให้สามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้ง่าย ไม่สามารถจำกัดการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ยาสูบได้³ ประกอบกับการเติบโตอย่างรวดเร็วของธุรกิจออนไลน์ ซึ่งสมาชิกดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมคาดว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2560-2562 มูลค่าของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยราว 748,000 ล้านบาท เป็นอันดับหนึ่งของมูลค่าธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภูมิภาคอาเซียน ประมาณอัตราการเติบโตเฉลี่ยของตลาดอยู่ที่ร้อยละ 20-30⁴ การควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ที่มีประสิทธิภาพจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพราะประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ ในกลุ่มอาเซียนต่างอยู่ภายใต้การเปิดการค้าเสรีที่จะทำให้เกิดการเคลื่อนย้ายสินค้า และการลงทุนข้ามแดน และกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก (WHO) ที่จะต้องรับมาตรการต่าง ๆ มาปฏิบัติ

จากการสำรวจข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเบื้องต้น โดยใช้คำค้นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ยาสูบเป็นคำสำคัญในการค้นหา จะพบว่ามีเว็บไซต์จำนวนมากที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบหลายรูปแบบ แสดงภาพผลิตภัณฑ์ยาสูบ บรรยาย

¹ ThaiPBS, (2562), WHO เผยบุหรี่คร่าชีวิตทั่วโลก 8 ล้านคนต่อปี, สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://news.thaipbs.or.th/content/280471>

² Robinson, L. A., Klesges, R. C., Zbikowski, S. M., & Glaser, R. Predictors of risk for different stages of adolescent smoking in a biracial sample. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 65(4), 653–662.

³ เครือข่ายวิชาชีพแพทย์ในการควบคุมการบริโภคยาสูบ, คู่มือการเลิกบุหรี่สำหรับประชาชน. พิมพ์ครั้งที่ 5, (นครปฐม: สันทวีกิจ ฟรินติ้ง), 2559.

⁴ แนวหน้า, (2562), ซีอีโอออนไลน์'ปี'63พุ่ง ไทยเติบโตสูงสุดในอาเซียน. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.naewna.com/business/465498>

รายละเอียดสินค้า แสดงว่ามีการกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายนี้อยู่ เช่น ชาวจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์วันที่ 12 ตุลาคม พ.ศ. 2563 เป็นการจับกุมผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ฐานมิได้ขายหรือเพื่อขายซึ่งสินค้าที่มีได้เสียภาษีและกรณีนี้ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊กเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560⁵ บทความนี้จึงมุ่งศึกษาการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบด้านการโฆษณา และการขายตามกฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบของประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อนำความแตกต่างของมาตรการทางกฎหมายไปสู่การพัฒนาการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบที่มีประสิทธิภาพของประเทศไทย

2. คำนิยาม

ลำดับแรกจำเป็นจะต้องเข้าใจคำนิยามของกฎหมายควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ เนื่องจากการกำหนดคำนิยามเป็นจุดเริ่มต้นของการบัญญัติกฎหมายให้สอดคล้องกับเจตนารมณ์ สำหรับประเทศไทยกฎหมายที่ใช้ได้ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ต่อมาถูกยกเลิกโดยพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ซึ่งมีผลใช้บังคับในปัจจุบัน

2.1 ผลิตภัณฑ์ยาสูบ

ตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก (WHO Framework Convention on Tobacco Control หรือ FTCT) ได้ให้คำนิยาม ผลิตภัณฑ์ยาสูบ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ใบยาสูบเป็นวัตถุดิบ ไม่ว่าจะทั้งหมดหรือเพียงแค่บางส่วน ซึ่งผลิตขึ้นเพื่อใช้สูด ดูด เคี้ยว หรือ สูดดม⁶ สำหรับพระราชบัญญัติยาสูบ พ.ศ. 2509 ไม่มีคำนิยามคำว่า “ผลิตภัณฑ์ยาสูบ” แต่ได้ให้นิยาม “ต้นยาสูบ” หมายความว่า พืชชนิดเขียวนาหาแบกกุ่ม

⁵ เดลินิวส์, (2561), สรรพสามิตจับบุหรือออนไลน์, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563 จาก <https://www.dailynews.co.th/economic/671086>

⁶ สำนักควบคุมการบริโภคยาสูบ, (2546), กรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <http://btc.ddc.moph.go.th/th/upload/files/30.pdf>

(Nicotianatabacum) และได้ให้คำนิยามผลิตภัณฑ์ที่ได้จากต้นยาสูบ เช่น ใบยา ยาอัด ยาสูบ ยาเส้น บุหรี่ซิการ์แรต บุหรี่ซิการ์ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ ยาสูบตามกฎหมายว่าด้วยยาสูบและผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีส่วนประกอบของใบยาสูบหรือพืชนิโคเทียนาตาแบกกุ่ม (Nicotianatabacum) ไม่ว่าจะใช้เสพโดยวิธีสูบ ดูด ดม อม เคี้ยว กิน เป่าหรือพ่นเข้าไปในปากหรือจมูก หรือโดยวิธีอื่นใดเพื่อให้ได้ผลเป็นเช่นเดียวกัน เห็นได้ว่าตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 นั้นได้กำหนดคำนิยามโดยใช้สาระสำคัญของต้นยาสูบตามพระราชบัญญัติยาสูบ พ.ศ. 2509 แต่ลักษณะของการเสพ หรือการใช้เป็นไปตาม FTCT ต่อมาได้มีการใช้บุหรี่ไฟฟ้า หากบุหรี่ไฟฟ้ามีรูปแบบลักษณะทำให้เข้าใจว่าเป็นผลิตภัณฑ์ยาสูบจะถูกควบคุมด้วยมาตรา 10 พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 แต่พัฒนาการของบุหรี่ไฟฟ้ามีรูปแบบหลากหลายมากขึ้นจึงไม่ตกอยู่ภายใต้บังคับมาตรา 10⁷ จึงแก้ไขคำนิยามในพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 เพื่อให้ครอบคลุมจึงเพิ่มเติมคำว่า “ผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารนิโคตินเป็นส่วนประกอบ” ความว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของใบยาสูบหรือพืชนิโคเทียนาตาแบกกุ่ม (Nicotianatabacum) และให้หมายรวมถึงผลิตภัณฑ์อื่นใดที่มีสารนิโคตินเป็นส่วนประกอบซึ่งบริโภคโดยวิธีสูบ ดูด ดม อม เคี้ยว กิน เป่า หรือพ่นเข้าไปในปากหรือจมูก ทา หรือโดยวิธีอื่นใดเพื่อให้ได้ผลเป็นเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ ไม่รวมถึงยาตามกฎหมายว่าด้วยยา

2.2 การโฆษณา

ตาม FTCT ได้ให้ความหมาย “การโฆษณาและการส่งเสริมการจำหน่ายยาสูบ” หมายถึง การสื่อสารเชิงพาณิชย์ไม่ว่าในรูปแบบใด ๆ ที่ก่อให้เกิดผล หรือน่าจะก่อให้เกิดผลในการส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือการใช้ยาสูบ ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อม ทั้งนี้ให้รวมถึงการให้คำแนะนำหรือการกระทำอื่นที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการดังกล่าวด้วย จากคำนิยามนี้สามารถ

⁷ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์, (2557), โครงการศึกษาผลกระทบของบุหรี่ไฟฟ้าที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียในประเทศไทยและข้อเสนอแนะในการบริหารจัดการจากภาครัฐ, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก http://www.thaitobacco.or.th/th/wp-content/uploads/2015/07/140305_ECIG-Report-Template_V28.pdf

แบ่งเป็น “การโฆษณา” และ “การส่งเสริมการจำหน่ายยาสูบ” ในส่วนนิยามคำว่า “โฆษณา” ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ได้ให้ความหมายเช่นเดียวกับพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ความว่า การกระทำไม่ว่าโดยวิธีใดๆ ให้ประชาชนเห็น ได้ยิน หรือทราบข้อความเพื่อประโยชน์ในทางการค้า ส่วนคำว่า “การส่งเสริมการจำหน่ายยาสูบ” ที่ปรากฏในพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 จะถูกบัญญัติแยกเป็นลักษณะการส่งเสริมการจำหน่ายยาสูบเป็นรายมาตรา⁸ ต่อมาพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ได้กำหนดคำนิยามเพิ่มเติม คือ การสื่อสารการตลาด หมายความว่า การกระทำในรูปแบบต่างๆ โดยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การสร้างข่าว การเผยแพร่ข่าวสาร การส่งเสริมการขาย การแสดง ณ จุดขาย การตลาดแบบตรง การขาย หรือส่งเสริมการขายโดยใช้บุคคลเป็นการเฉพาะ และการตลาดในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขายสินค้าหรือบริการ หรือสร้างภาพลักษณ์⁹ และห้ามผู้ใดทำการโฆษณาหรือทำการสื่อสารการตลาด¹⁰ เพื่อให้มีความชัดเจน และสอดคล้องตาม FTCT

2.3 การขาย

คำนิยามของคำว่า “ขาย” ไม่ปรากฏใน FTCT แต่กล่าวถึง การควบคุมยาสูบในการลดอุปทาน อุปสงค์โดยการขจัดหรือการทำให้การบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบและการสูดดมควันจากยาสูบลดลง¹¹ และพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 ไม่ได้นิยามความหมายของคำว่า “ขาย” เช่นกัน แต่ได้บัญญัติถึงการขายในลักษณะต่าง ๆ¹² แต่ในพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ได้นิยาม “ขาย” หมายความว่ารวมถึงจำหน่าย แจก แลกเปลี่ยน หรือให้ เพื่อประโยชน์ในทางการค้า

⁸ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 มาตรา 6 – มาตรา 9.

⁹ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 มาตรา 4.

¹⁰ เรื่องเดียวกัน, มาตรา 30.

¹¹ สำนักควบคุมการบริโภคยาสูบ, (2546), กรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก, หน้า 7.

¹² พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 มาตรา 5 – มาตรา 7.

3. กฎหมายควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบในกลุ่มประเทศอาเซียน

กลุ่มประเทศในอาเซียนมีจำนวน 10 ประเทศ ทุกประเทศในฐานะภาคีสมาชิกองค์การอนามัยโลกจะต้องยอมรับและนำข้อตกลง WHO FCTC มาปฏิบัติ ยกเว้นสาธารณรัฐอินโดนีเซียที่ไม่ได้เข้าร่วมเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC โดยบทความนี้จะกล่าวถึงมาตรการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบที่สำคัญของแต่ละประเทศที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายบุหรี่หรือออนไลน์ด้านการโฆษณา และการขาย

3.1 ประเทศไทย

การควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบในประเทศไทยปรากฏครั้งแรกในปี พ.ศ. 2517 เมื่อแพทยสมาคมแห่งประเทศไทย ได้ผลักดันให้กระทรวงการคลังสั่งการให้โรงงานยาสูบต้องพิมพ์คำเตือนข้างซองบุหรี่ว่า “บุหรี่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ”¹³ ขณะนั้นยังไม่มีกฎหมายเฉพาะในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ ต่อมาประเทศไทยได้ตราพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติคุ้มครองสุขภาพผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 ในช่วงที่พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 มีผลบังคับใช้ได้มีปัญหาเกี่ยวกับการโฆษณา โดยสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาให้ความเห็นว่า การวางแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดขาย ที่จะเป็นความผิดตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 มีสองกรณี คือ การแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดขายไว้ในตำแหน่งที่คนทั่วไปสามารถมองเห็นได้ง่าย โดยการนำของผลิตภัณฑ์ยาสูบมาตั้งหรือวางเรียง ให้เห็นเป็นที่สะดุดตาเป็นพิเศษ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นการแสดงเจตนาเพื่อการโฆษณายิ่งกว่าการแสดงเพื่อขายตามปกติ และกรณีถ้ามีข้อเท็จจริงว่าผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ยาสูบให้ผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ขาย ในการเจาะจงตำแหน่งที่จะแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ¹⁴ ต่อมามีคำ

¹³ ฉัตรสมุน พงษ์ภิญโญ, (2558), กฎหมายและนโยบายการควบคุมยาสูบอย่างครอบคลุม, วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข, 1(3), หน้า 254-271.

¹⁴ สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา เรื่อง การห้ามแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดขาย เรื่องเสร็จที่ 718/2548, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก http://web.krisdika.go.th/data/comment/comment2/2548/c2_0718_2548.pdf

พิพากษาคดีหมายเลขดำที่ อ. 690/2549 ระบุว่า การนำบุหรี่ยิกาแรตออกแสดงเพื่อขายในสถานที่ที่ระบุไว้ในใบอนุญาตเพื่อขายตามปกติ สามารถทำได้ เพราะเป็นการปฏิบัติตามกฎหมายและใบอนุญาตที่เกี่ยวข้อง และมีได้ถือว่าเป็น การโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบแต่อย่างใด¹⁵ และไม่มี การควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์¹⁶

ความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบของประเทศไทย คือ การเข้าเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ในปี ค.ศ. 2004 (พ.ศ. 2547)¹⁷ เป็นผลทำให้ประเทศไทยต้องแก้ไขเพิ่มเติมอนุบัญญัติตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติคุ้มครองสุขภาพผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ พ.ศ. 2535 เช่น ดำเนินการเกี่ยวกับฉลากคำเตือนบนซองบุหรี่ การโฆษณา การจำหน่าย และการกำหนดเขตปลอดบุหรี่เพิ่มเติม¹⁸ อย่างไรก็ตาม พระราชบัญญัติทั้งสองฉบับ มีการบังคับใช้มาเป็นเวลานาน ทำให้เนื้อหา และสาระสำคัญของกฎหมายล้าสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคม และนวัตกรรมยาสูบชนิดใหม่ ๆ จึงได้ยกเลิกกฎหมายทั้งสองฉบับ และประกาศใช้พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 โดยแก้ไข และเพิ่มเติมคำนิยาม ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาสูบเพื่อให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ยาสูบใหม่ ๆ ผู้ประกอบการ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การสื่อสารการตลาด เสพติดผลิตภัณฑ์ยาสูบ สถานที่สาธารณะ เขตปลอดบุหรี่ เขตสูบบุหรี่ สูบบุหรี่¹⁹

พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ประเทศไทยห้ามทำ การโฆษณา หรือการสื่อสารการตลาดไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ รวมทั้งการตลาดใน

¹⁵ สำนักข่าว Hfocus เจาะลึกระบบสุขภาพ, (2556), **สมาคมค้ายาสูบยันศาลมีคำพิพากษาตั้งซองบุหรี่จุดขายได้**, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก <https://www.hfocus.org/content/2013/12/5849>

¹⁶ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2535

¹⁷ United Nation, (2020), **Treaty Collection**, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsq_no=IX-4&chapter=9&clang=_en

¹⁸ ฉัตรสุมน พุฒินิถุลโย. **วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข**, 266.

¹⁹ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 มาตรา 4.

เครือข่ายคอมพิวเตอร์ ตามพระราชบัญญัติอนุญาตให้ขายได้ ณ จุดขายที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น²⁰ ห้ามส่งเสริมการขายใด ๆ สามารถโฆษณาได้เพียงข้อความ “ที่จำหน่ายบุหรี่” เท่านั้น²¹ และตามมาตรา 27 (2) ห้ามขายผลิตภัณฑ์ยาสูบโดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือเครือข่ายคอมพิวเตอร์

3.2 ราชอาณาจักรกัมพูชา

ราชอาณาจักรกัมพูชาเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2005²² กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ Law on Tobacco Control 2015 ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ห้ามโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบผ่านสื่อสาธารณะ และห้ามโฆษณาในที่สาธารณะในรูปแบบของภาพ ข้อความ หรือเสียงวิทยุโทรทัศน์ นิตยสาร เว้นแต่การแสดงผลของผลิตภัณฑ์ยาสูบหรือโลโก้ (Logo) ที่ร้านค้า ยาสูบหรือร้านค้าที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น และตามมาตรา 17 แห่งกฎหมายนี้ห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบทุกประเภทโดยเครื่องอัตโนมัติ จดหมาย และการขายผ่านช่องทางสื่อสารอื่น ๆ²³

3.3 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2006²⁴ กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ Law on Tobacco Control 2009²⁵ ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ ห้ามการโฆษณาที่ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสูบ และห้ามการโฆษณาการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบในทุก รูปแบบผ่านทางสื่อสาธารณะ เว้นแต่ในกรณีที่แสดงเพื่อขายในร้านค้าปลีก

²⁰ กฎกระทรวง การอนุญาตขายยาสูบ พ.ศ. 2560.

²¹ พระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560, มาตรา 30 – มาตรา 33.

²² United Nation, *Treaty Collection*.

²³ Southeast Asia Tobacco Control Alliance, (2020), *Law on Tobacco Control 2015*.

²⁴ United Nation, *Treaty Collection*.

²⁵ Tobacco Control Laws, (2020), *Law on Tobacco Control 2009*, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/Laos/Laos%20-%20TTC%20Law.pdf>

ทั่วไป และห้ามขายผ่านทางสื่อสาธารณะใด รวมทั้งผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์ สิ่งพิมพ์
สื่ออิเล็กทรอนิกส์ อินเทอร์เน็ต วิทยุ หรือโทรทัศน์²⁶

3.4 สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา

สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2004²⁷ กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ Myanmar Tobacco Control Law 2006 ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ห้ามการโฆษณาที่ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ยาสูบ และห้ามการโฆษณาการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบในทุกรูปแบบผ่านทางสื่อสาธารณะ เว้นแต่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ แต่ต้องมีค่าเตือนเป็นภาษาเมียนมาว่าการสูบบุหรี่หรืออาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพอย่างรุนแรง และผู้ที่ทำลายป้ายค่าเตือนจะมีโทษตามกฎหมาย ส่วนการขายได้กำหนดว่าจะต้องห่างจากสถานศึกษา 100 หลา และห้ามจำหน่ายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ²⁸

3.5 สาธารณรัฐฟิลิปปินส์

สาธารณรัฐฟิลิปปินส์เป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2005²⁹ กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ Rules and Regulations Implementing Republic Act No. 9211 ภายใต้กฎหมายฉบับนี้การโฆษณาโดยตรงผ่านรูปแบบส่วนใหญ่ของสื่อมวลชนเป็นสิ่งต้องห้ามแต่บริษัทยาสูบยังสามารถโฆษณา ณ จุดขาย แจกผลิตภัณฑ์ยาสูบ และมีกิจกรรมส่งเสริมการขาย

²⁶ อนุเทพ สุขศรีวงศ์, (2557), กฎหมายห้ามสูบบุหรี่ระหว่างประเทศใน AEC และอัตราการสูบบุหรี่, *วารสารร่มพญักษ์*, 32(3), หน้า 118-120.

²⁷ United Nation, *Treaty Collection*.

²⁸ Southeast Asia Tobacco Control Alliance, (2020), *Myanmar Tobacco Control Law 2006*, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://seatca.org/dmdocuments/Myanmar%20-%20TC%20Law.pdf>

²⁹ United Nation, *Treaty Collection*.

อื่น³⁰ ส่วน Executive Order No. 106, s. 2020³¹ ห้ามผลิต ทำการตลาด และขาย บุหรี่โดยไม่ได้รับอนุญาต

3.6 ประเทศมาเลเซีย

ประเทศมาเลเซียเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2004³² กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ Control of Tobacco Product (Amendment) Regulation 2017 ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ห้ามโฆษณาและส่งเสริมการขายยาสูบทุกรูปแบบ แต่เนื่องจากขาดคำนิยามของ “การส่งเสริมการขายยาสูบ” ทำให้ไม่ครอบคลุมการส่งเสริมการขายยาสูบบางรูปแบบ กฎหมายไม่ได้ห้ามการสนับสนุนทางการเงินหรืออื่น ๆ หากผู้สนับสนุนไม่ได้ประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ยาสูบ³³ ส่วนการห้ามขายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ได้ถูกบัญญัติตั้งแต่ Control of Tobacco Product (Amendment) Regulation 2015³⁴ นอกจากนั้นประเทศมาเลเซียได้มีการแก้ไขกฎหมายเกี่ยวกับพื้นที่สูบบุหรี่อีกหลายฉบับ

³⁰ Tobacco Control Laws, (2020), **Rules and Regulations Implementing Republic Act No. 9211**, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://seatca.org/dmdocuments/Philippines%20-20Implementing%20Rules%20and%20Regulations%20to%20Rep.%20Act%20No.%209211%20-%20national.pdf>

³¹ Republic of The Philippines, (2020), **Executive Order No. 106, s. 2020**, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.officialgazette.gov.ph/downloads/2020/02feb/20200226-EO-106-RRD.pdf>

³² United Nation, **Treaty Collection**.

³³ Southeast Asia Tobacco Control Alliance, (2020), **Control of Tobacco Product (Amendment) Regulation 2017**, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, https://seatca.org/dmdocuments/Malaysia_CTPR_Amendment%202017.pdf

³⁴ Tobacco Control Laws, (2020), **Control of Tobacco Product (Amendment) Regulation 2015**, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/Malaysia/Malaysia%20-%20TC%20Regs%202015.pdf>

3.7 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2004³⁵ กฎหมายที่ใช้ในการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ คือ Law on Prevention and Control of Tobacco Harms 2012 ภายใต้กฎหมายฉบับนี้ไม่อนุญาตให้มีการโฆษณายาสูบและส่งเสริมการขาย รวมทั้งทำการตลาดโดยตรงให้กับผู้บริโภค การแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบถูกจำกัดให้เพียงแค่อันหนึ่งกล่องบุหรี่³⁶ และมีกฎหมาย Ministry of Culture, Sports and Tourism Circular No. 25/2018/TT-BVHTTDL ห้ามมีภาพการสูบบุหรี่ในภาพยนตร์ โดยมีการกำหนดหลักเกณฑ์ให้สัมพันธ์กับการจัดเรตติ้งภาพของภาพยนตร์³⁷

3.8 สาธารณรัฐสิงคโปร์

สาธารณรัฐสิงคโปร์เป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2004³⁸ ภายใต้กฎหมาย Tobacco (Control of Advertisements and Sale) (Amendment) Act 2016 ห้ามโฆษณา และห้ามส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ และผลิตภัณฑ์เลียนแบบผลิตภัณฑ์ยาสูบ รวมถึงการห้ามแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุด ขาย ส่วนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์สามารถกระทำได้หากผู้ซื้อแสดงตัวตน และส่งมอบสินค้าที่สิงคโปร์³⁹

³⁵ United Nation, *Treaty Collection*.

³⁶ อนุเทพ สุขศรีวงศ์, *กฎหมายห้ามสูบบุหรี่ระหว่างประเทศใน AEC และอัตราการสูบบุหรี่*, หน้า 123.

³⁷ Tobacco Control Laws, (2020), Ministry of Culture, Sports and Tourism Circular No. 25/2018/TT-BVHTTDL, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/Viet%20Nam/Viet%20Nam%20-%20Circular%20No.%2025_2018.pdf

³⁸ United Nation, *Treaty Collection*.

³⁹ Tobacco Control Laws, (2020), Tobacco (Control of Advertisements and Sale) (Amendment) Act 2016, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://www.tobaccocontrolaws.org/files/live/Singapore/Singapore%20-%202016%20Amdt.%20Act%20-%20national.pdf>

3.9 บรูไนดารุสซาลาม

บรูไนดารุสซาลามเป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC ปี ค.ศ. 2004⁴⁰ ภายใต้กฎหมาย Tobacco Order 2005 ห้ามการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการสนับสนุนของผลิตภัณฑ์ยาสูบ แต่บางรูปแบบของการโฆษณาทางอ้อมยังสามารถกระทำได้ เช่น ความรับผิดชอบต่อสังคมของบริษัท และห้ามจำหน่ายโดยเครื่องขายอัตโนมัติ⁴¹ นอกจากนี้ ช่วงที่ผ่านมาบรูไนได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมเกี่ยวกับฉลาก พื้นที่ห้ามสูบบุหรี่ และลดจำนวนจุดขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ

3.10 สาธารณรัฐอินโดนีเซีย

สาธารณรัฐอินโดนีเซียเป็นประเทศเดียวในกลุ่มอาเซียนที่ไม่ได้เป็นภาคีสมาชิก WHO FCTC⁴² อย่างไรก็ตาม อินโดนีเซียได้มีกฎหมาย Law Number 32, Year 2002 on Broadcasting ภายใต้กฎหมายฉบับนี้การโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบในโทรทัศน์และวิทยุจะทำได้ระหว่างเวลา 21.30 และ 05.00 ตามเวลาท้องถิ่น การโฆษณาต้องไม่แสดงภาพ ตราสินค้า การบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบ ส่วนการขาย ร้านค้าส่ง หรือตัวแทนจำหน่ายต้องมีหนังสือที่ได้รับการแต่งตั้งจากโรงงาน เป็นร้านค้าขายส่งบุหรี่จะขายเป็นแพคเพื่อให้ร้านค้าปลีกนำไปขายต่อให้ผู้บริโภค⁴³

4. บทสรุป

การควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์จะต้องคำนึงถึงการควบคุมการโฆษณาและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ ประเทศไทยราชอาณาจักรกัมพูชา ประเทศมาเลเซีย สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา และ

⁴⁰ United Nation, *Treaty Collection*.

⁴¹ Southeast Asia Tobacco Control Alliance, (2020), *Tobacco Order 2005*, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://seatca.org/dmdocuments/Brunei%20Tobacco%20Order%202005%20Brunei.pdf>

⁴² United Nation, *Treaty Collection*.

⁴³ Southeast Asia Tobacco Control Alliance, (2020), *Law Number 32, Year 2002 on Broadcasting*, สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://seatca.org/dmdocuments/Indonesia%20-%20Broadcasting%20Law.pdf>

สาธารณรัฐสิงคโปร์มีการควบคุมการโฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบโดยห้ามโฆษณาตรงต่อผู้บริโภค และผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ประเทศที่โฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบจนจุดขายได้ คือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ และสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ส่วนสาธารณรัฐอินโดนีเซียอนุญาตให้โฆษณาผลิตภัณฑ์ยาสูบในช่วงเวลา 21.30-05.00น. และบรูไนดารุสซาลามสามารถโฆษณาทางอ้อมได้ ประเทศที่มีกฎหมายห้ามการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ ได้แก่ ประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สำหรับสาธารณรัฐสิงคโปร์สามารถทำได้ถ้าผู้ซื้อมาแสดงตัวตนจริง และส่งมอบสินค้าที่สิงคโปร์

สำหรับประเทศไทยได้มีบทบัญญัติห้ามจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ และห้ามทำการโฆษณา หรือการสื่อสารการตลาดไม่ว่าด้วยวิธีการใด ๆ รวมทั้งการตลาดในเครือข่ายคอมพิวเตอร์ตามพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ. 2560 ตัวบทกฎหมายควบคุมการจำหน่าย และการควบคุมการโฆษณาของประเทศไทยได้บัญญัติอย่างรัดกุมแล้ว แต่ยังมีกรกระทำที่ฝ่าฝืนกฎหมายนี้⁴⁴ เป็นที่น่าสังเกตว่า การกระทำความผิดฐานจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์จะเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ และหลายหน่วยงานจึงอาจเกิดปัญหาในทางปฏิบัติที่ไม่เป็นเอกภาพ

การควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ในขณะนี้จำเป็นต้องอาศัยมาตรการจากกฎหมายที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ มาช่วย เช่น พระราชบัญญัติทะเบียนพาณิชย์ พ.ศ. 2499 การจดทะเบียนตามกฎหมายทำให้รัฐทราบข้อมูลเบื้องต้นของธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ผลิตภัณฑ์ยาสูบผิดกฎหมายซึ่งไม่ได้ขึ้นทะเบียนและเสียภาษีสรรพสามิตจะความผิดตามกฎหมายนี้ การตรวจสอบรายได้จากประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 48) พ.ศ. 2562 การจัดเก็บภาษีการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ การขายผลิตภัณฑ์ยาสูบออนไลน์ส่วนมากจะต้องมีการโอนเงินผ่านสถาบันการเงิน พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550

⁴⁴ เติลินิวส์, (2561), **สรรพสามิตจับบุหรี่ออนไลน์**, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก <https://www.dailynews.co.th/economic/671086?fbclid=IwAR0F5wn0BdfblurLUHWx8IHs-zdvYATZHLdo37-HTuHdA1Yx447gaOO0mvQ>

การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบทางออนไลน์ หากมีการแสดงข้อมูลอันเป็นก็จะมี ความผิดตามกฎหมายฉบับนี้ นอกจากนั้นผลิตภัณฑ์ยาสูบที่จำหน่ายออนไลน์ ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ยาสูบที่ผิดกฎหมาย ประเทศไทยจึงควรให้สัตยาบันพิธีสารว่าด้วยการค้าผลิตภัณฑ์ยาสูบที่ผิดกฎหมาย (Protocol on Illicit Trade in Tobacco Products) เพื่ออนุวัติการหรือแก้พระราชบัญญัติที่มีให้สามารถ ควบคุมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบผิดกฎหมายออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการควบคุม การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ยาสูบผิดกฎหมายออนไลน์ในประเทศไทย ได้รับ งบประมาณสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม สุขภาพ (สสส.)

บรรณานุกรม

- เครือข่ายวิชาชีพแพทยในการควบคุมการบริโภคยาสูบ. (2559). **คู่มือการเลิก บุหรี่สำหรับประชาชน**. พิมพ์ครั้งที่ 5. นครปฐม. สันทวิกิจ พรินต์ติ้ง.
- ฉัตรสุนน พฤตมิถิญา. (2558). กฎหมายและนโยบายการควบคุมยาสูบอย่าง ครอบคลุม. **วารสารกฎหมายสุขภาพและสาธารณสุข**. 1(3). หน้า 254-271.
- เดลินิวส์. (12 ตุลาคม 2561). **สรรพสามิตจับบุหรือนอนไลน์**, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563 จาก <https://www.dailynews.co.th/economic/671086>
- แนวหน้า. (2562). **ซี'ค้าออนไลน์'ปี'63พุ่ง ไทยเติบโตสูงสุดในอาเซียน**. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://www.naewna.com/business/465498>
- สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์. (2557). **โครงการศึกษาผลกระทบของ บุหรี่ไฟฟ้าที่มีต่อผู้มีส่วนได้เสียในประเทศไทยและข้อเสนอแนะในการ บริหารจัดการจากภาครัฐ**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก http://www.thaitobacco.or.th/th/wp-content/uploads/2015/07/140305_ECIG-Report-Template_V28.pdf
- สำนักข่าว Hfocus เจาะลึกระบบสุขภาพ. (2556). **สมาคมค้ายาสูบยันศาลมี คำพิพากษาตั้งของบุหรี่ปูดขายได้**. สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก <https://www.hfocus.org/content/2013/12/5849>
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2548). **บันทึกสำนักงานคณะกรรมการ กฤษฎีกา เรื่อง การห้ามแสดงผลิตภัณฑ์ยาสูบ ณ จุดขาย เรื่องเสร็จที่ 718/2548**, สืบค้นเมื่อ 5 มีนาคม 2563, จาก http://web.krisdika.go.th/data/comment/comment2/2548/c2_0718_2548.pdf
- สำนักควบคุมการบริโภคยาสูบ. (2546). **กรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุม ยาสูบขององค์การอนามัยโลก**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <http://btc.ddc.moph.go.th/th/upload/files/30.pdf>

- อนุเทพ สุขศรีวงศ์. (2557). กฎหมายห้ามสูบบุหรี่ระหว่างประเทศใน AEC และ
อัตราการสูบบุหรี่. **วารสารร่มพญักษ์**. 32(3). หน้า 110-132.
- Republic of The Philippines. (2020). **Executive Order No. 106. s.**
2020. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก
<https://www.officialgazette.gov.ph/downloads/2020/02feb/20200226-EO-106-RRD.pdf>
- Robinson. L. A., Klesges. R. C., Zbikowski. S. M., & Glaser. R. (1997).
Predictors of risk for different stages of adolescent smoking in
a biracial sample. **Journal of Consulting and Clinical
Psychology**. 65(4). 653–662.
- Southeast Asia Tobacco Control Alliance. (2020). **Control of
Tobacco Product (Amendment) Regulation 2017**. สืบค้นเมื่อ
23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก
https://seatca.org/dmdocuments/Malaysia_CTPR_Amendment%202017.pdf
- Southeast Asia Tobacco Control Alliance. (2020). **Myanmar
Tobacco Control Law 2006**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก
<https://seatca.org/dmdocuments/Myanmar%20-%20TC%20Law.pdf>
- Southeast Asia Tobacco Control Alliance. (2020). **Tobacco Order
2005**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก
<https://seatca.org/dmdocuments/Brunei%20Tobacco%20Order%202005%20Brunei.pdf>
- ThaiPBS. (2562). **WHO เผยบุหรี่คร่าชีวิตทั่วโลก 8 ล้านคนต่อปี**. สืบค้น
เมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2563. จาก
<https://news.thaipbs.or.th/content/280471>

- Tobacco Control Laws. (2020). **Control of Tobacco Product (Amendment) Regulation 2015**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Malaysia/Malaysia%20-%20TC%20Regs%202015.pdf>
- Tobacco Control Laws. (2020). **Ministry of Culture, Sports and Tourism Circular No. 25/2018/TT-BVHTTDL**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก https://www.tobaccocontrollaws.org/files/live/Viet%20Nam/Viet%20Nam%20-%20Circular%20No.%2025_2018.pdf
- Tobacco Control Laws. (2020). **Rules and Regulations Implementing Republic Act No. 9211**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก <https://seatca.org/dmndocuments/Philippines%20-%20Implementing%20Rules%20and%20Regulations%20to%20Rep.%20Act%20No.%209211%20-%20national.pdf>
- United Nation. (2020). **Treaty Collection**. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2563. จาก https://treaties.un.org/pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mt_dsg_no=IX-4&chapter=9&clang=_en