

WHO position on Tobacco Control and Harm Reduction

จุดยืนขององค์การอนามัยโลกเรื่องการควบคุมยาสูบและการลดอันตราย (harm reduction)

บริษัทบุหรืและผลิตภัณฑ์นิโคตินรวมถึงกลุ่มแนวร่วมอุตสาหกรรมบุหรืกำลังส่งเสริมผลิตภัณฑ์ยาสูบนิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ โดยกล่าวอ้างว่าผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีความเสี่ยงต่อสุขภาพน้อยกว่าบุหรืแบบดั้งเดิม และสามารถเป็นส่วนหนึ่งของแนวทาง “การลดอันตราย” ในการควบคุมยาสูบ ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักรวมถึงบุหรืไฟฟ้า นิโคตินแบบซอง ผลิตภัณฑ์ยาสูบที่ใช้ความร้อนแทนการเผาไหม้ (HTPs) และผลิตภัณฑ์ยาสูบไร้ควัน

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมามีบริษัทบุหรืมีประวัติในการปกปิดบิดเบือนความจริงเกี่ยวกับอันตรายของผลิตภัณฑ์ของตน (1) ซึ่งรวมถึงการใช้คำโฆษณาที่ทำให้เข้าใจผิด เช่น “ไลต์” และ “ไมลด์” การใช้กันกรองเพื่อสร้างภาพว่าลดอันตราย และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อหลอกการทดสอบ (2) และสิ่งเหล่านี้ยังคงเกิดขึ้นอยู่เพราะพวกเขายังคงทำให้ผู้บริโภคและหน่วยงานที่มีอำนาจควบคุมกำกับเข้าใจผิดเกี่ยวกับความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์ (3) สิ่งนี้เป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ที่ขับเคลื่อนด้วยผลกำไร เพื่อขยายฐานลูกค้าและรักษาส่วนแบ่งตลาด พร้อมทั้งบ่อนทำลายนโยบายควบคุมยาสูบโดยเรียกร้องให้ผ่อนปรนหรือยกเลิกการควบคุมการขายผลิตภัณฑ์ดังกล่าวในเชิงพาณิชย์

อุตสาหกรรมนี้ทำการตลาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายอย่างกว้างขวางต่อสาธารณะโดยใช้ภาษาสาธารณสุขว่าเป็นการลดอันตรายเพื่อปกปิดเจตนาที่แท้จริง คำกล่าวอ้างนี้แตกต่างจากโครงการลดอันตรายที่แท้จริงในด้านอื่นๆ ของภาคสาธารณสุข ซึ่งดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญและหน่วยงานสาธารณสุขตามยุทธศาสตร์และมาตรการที่อ้างอิงหลักฐานเชิงประจักษ์และมีการควบคุมติดตามกำกับอย่างเข้มงวด

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องต่างๆ นั้นมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ รวมถึงความเสี่ยงต่อการเสพติด (4) ความแตกต่างของลักษณะผลิตภัณฑ์ (แม้แต่ภายในประเภทเดียวกัน) และวิธีที่ผู้บริโภคสามารถปรับเปลี่ยนและใช้ผลิตภัณฑ์ ทำให้เราไม่สามารถสรุปความเสี่ยงต่อสุขภาพของผลิตภัณฑ์ทุกหมวดหมู่ได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้ ในความเป็นจริงนั้นระดับความอันตรายที่แท้จริงจะปรากฏขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป และต้องอาศัยการติดตามและประเมินผลที่ไม่เป็นอคติอย่างต่อเนื่อง

ความเป็นอันตรายของผลิตภัณฑ์นั้นขึ้นอยู่กับวิธีการใช้ ความแพร่หลายของการใช้ ใครเป็นผู้ใช้ และวิธีการทำการตลาดและการกำกับดูแล ตัวอย่างเช่น บุหรี่ไฟฟ้านั้นทำการตลาดอย่างหนักหน่วงด้วยการใช้กลิ่นและรสชาติ รวมถึงการสื่อสารโดยใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่เยาวชนใช้ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดเด็กวัยรุ่นและเยาวชน ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้มักมีระดับนิโคตินสูงกว่าบุหรี่ทั่วไป (5) การใช้บุหรี่ไฟฟ้าในระดับที่สูงและเพิ่มมากขึ้นในหมู่เยาวชนเป็นเรื่องที่น่ากังวล ข้อมูลขององค์การอนามัยโลกล่าสุด (6) แสดงให้เห็นว่าปัจจุบันมีเด็กอายุ 13-15 ปีมากกว่า 15 ล้านคนที่ใช้บุหรี่ไฟฟ้า และเด็กในช่วงอายุนี้นี้มีแนวโน้มการใช้บุหรี่ไฟฟ้ามากกว่าผู้ใหญ่ถึง 9 เท่า (6) อุตสาหกรรมยังบรรจุและจำหน่าย HTPs และนิโคตินแบบซองในลักษณะที่ดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งเพิ่มความเสี่ยงต่อการเริ่มใช้และเสพติดอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเพิ่มอันตรายต่อสุขภาพโดยรวมของประชาชนในสังคม (7)

รัฐบาลสามารถปกป้องสุขภาพของประชาชนได้ดีที่สุดโดยการดำเนินมาตรการควบคุมยาสูบอย่างครอบคลุมเพื่อลดทั้งอุปสงค์และอุปทานของผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง:

- ในประเทศที่ห้ามการผลิต การจัดจำหน่าย และการขายผลิตภัณฑ์ตามที่กำหนด ให้บังคับใช้ข้อห้ามเหล่านี้อย่างเข้มงวดกับผู้ประกอบการ
- ในประเทศที่อนุญาตให้ทำการค้า ให้กำกับดูแลผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มงวด โดยดำเนินมาตรการตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลก (WHO FCTC) (8) และแนวทางการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง เช่น การห้ามขายให้แก่ผู้เยาว์ การแสดงคำเตือนสุขภาพ การจัดเก็บภาษี การห้ามโฆษณาส่งเสริม

การขายและให้ทุนอุปถัมภ์อย่างครอบคลุมในทุกๆ ช่องทาง นอกจากนั้น ควรมีมาตรการเฉพาะผลิตภัณฑ์ เช่น:

- o ห้ามใช้สารแต่งกลิ่นรส คุณลักษณะผลิตภัณฑ์และสีที่ดึงดูดความสนใจ
- o จำกัดความเข้มข้นของนิโคติน และห้ามใช้สารเติมแต่งที่มีหรือก่อให้เกิดสารเคมีที่ก่อมะเร็ง ทำให้เกิดการกลายพันธุ์ หรือเป็นพิษต่อการสืบพันธุ์
- ให้ความรู้แก่ประชาชนและจัดบริการช่วยเหลือบุหรี่โดยใช้วิธีที่อ้างอิงหลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น การบำบัดทดแทนนิโคติน และสายด่วนเลิกบุหรี่ที่ให้บริการฟรี ซึ่งได้รับการประเมินโดยหน่วยงานของประเทศและพิสูจน์แล้วว่าปลอดภัย มีประสิทธิภาพ และได้ผล
- ห้ามขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายผ่านช่องทางระยะไกล ซึ่งรวมถึงแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เด็กและเยาวชนนิยมใช้เพื่อควบคุมห่วงโซ่อุปทาน
- ปกป้องนโยบายสาธารณสุขจากผลประโยชน์ทางการเมืองและการค้าและผลประโยชน์ทับซ้อนของอุตสาหกรรม รวมถึงการดำเนินการตามมาตรา 5.3 ของ WHO FCTC และแนวทางที่เกี่ยวข้อง

จากหลักฐานทั้งหมดที่มีอยู่ในปัจจุบัน องค์การอนามัยโลกแนะนำว่า ในประเทศที่ไม่ได้ห้ามและอนุญาตให้ทำการค้า ผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดควรถูกควบคุมกำกับด้วยมาตรการที่ได้กล่าวไปข้างต้นนี้

ผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ หากคุณไม่ได้ใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้อยู่อย่าเริ่มใช้ ทั้งนี้ หากคุณใช้ผลิตภัณฑ์เหล่านี้อยู่ขอให้คุณ:

- เลือกวิธีเลิกที่พิสูจน์แล้วและมีบริการในประเทศของคุณเพื่อการเลิกบุหรี่ แทนที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาเพื่อให้เสพติดได้อย่างต่อเนื่อง
- ขอข้อมูลจากหน่วยงานสาธารณสุขของประเทศเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ช่วยเหลือเลิกบุหรี่ที่ถูกกฎหมาย

องค์การอนามัยโลกตระหนักว่าการเลิกบุหรี่เป็นเรื่องยาก มีผู้สูบบุหรี่กว่า 1.2 พันล้านคนทั่วโลกที่ต้องการเลิกสูบและพวกเขาสมควรได้รับการช่วยเหลือด้วยวิธีที่ปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ องค์การอนามัยโลกส่งเสริมการเข้าถึงเครื่องมือช่วยเหลือเลิกบุหรี่ที่พิสูจน์แล้วว่าได้ผล เช่น การให้คำปรึกษา การบำบัดทดแทนนิโคตินที่ได้รับการอนุมัติ และสายด่วนเลิกบุหรี่

รัฐบาลและประชาชนสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องได้จากองค์การอนามัยโลก (9, 10, 11, 12, 13) จำเป็นอย่างยิ่งที่รัฐบาลและภาคสาธารณสุขต้องประเมินความเสี่ยงของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท (และผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในหมวดนั้น) ชนิดของผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ ที่มีในตลาด รูปแบบการใช้ (รวมถึงการใช้ร่วมกันหรือพร้อมกันหลายประเภท) และวิธีที่ผลิตภัณฑ์เหล่านี้อาจกระตุ้นให้เด็กและผู้ใหญ่เริ่มใช้อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันก็ต้องไม่ละเลยความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการและเสริมสร้างความเข้มแข็งของมาตรการปกป้องประชาชนและคนรุ่นใหม่จากผลิตภัณฑ์เหล่านี้ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงยาสูบ ประเด็นเรื่องการลดอันตราย (harm reduction) จึงไม่ควรเป็นข้ออ้างสำหรับการผ่อนปรนหรือยกเลิกการกำกับดูแลผลิตภัณฑ์ยาสูบ นิโคติน และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง

เอกสารอ้างอิง

1. STOP. A Global Tobacco Industry Watchdog. Decades of Lies Show Tobacco Companies Can't Be Trusted. STOP. [https:// exposetobacco.org/news/tobacco-industry-lies/](https://exposetobacco.org/news/tobacco-industry-lies/)
2. Superior Health Council. The impact of cigarette filters on public health and the Belgian environment (SHC No. 9726). Brussels: Federal Public Service Health, Food Chain Safety and Environment; 2023. https://www.health.belgium.be/sites/default/files/uploads/fields/fpshealth_theme_file/20230426_shc_9726_cigarette_filters_vweb.pdf.
3. WHO Statement. 2018. WHO condemns misleading use of its name in marketing of heated tobacco products. Accessed 5 November 2025. <https://www.who.int/news/item/08-02-2018who-condemns-misleading-use-of-its-name-in-marketingof-heated-tobacco-products>
4. WHO report on the global tobacco epidemic, 2025: warning about the dangers of tobacco. Geneva: World Health Organization; 2025. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240112063>
5. World Health Organization. Electronic cigarettes: call to action. Geneva. 2023. <https://www.who.int/publications/m/item/electronic-cigarettes---call-to-action>.
6. WHO global report on trends in prevalence of tobacco use 2000-2024 and projections 2025-2030. Geneva: World Health Organization; 2025. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. <https://www.who.int/publications/i/item/9789240116276>.

7. World Health Organization. Information sheet: Understanding the design features of tobacco, nicotine and related products and their possible effects.
8. <https://www.who.int/publications/m/item/information-sheetunderstanding-the-design-features-of-tobacco--nicotineand-related-products-and-their-possible-effects>.
9. WHO Framework Convention on Tobacco Control, World Health Organization. WHO Framework Convention on Tobacco Control. 2003;36.
10. <https://fctc.who.int/resources/publications/i/item/924> 1591013.
11. World Health Organization. Information Sheet: The role of f lavours in increasing the appeal of tobacco, nicotine and related products.
12. <https://www.who.int/publications/m/item/information-sheet--the-role-of-flavours-in-increasing-the-appeal-of-tobacco-nicotine-and-related-products>.
13. World Health Organization. Information sheet: Flavour accessories in tobacco products enhance attractiveness and appeal.
14. <https://www.who.int/publications/m/item/information-sheet--flavour-accessories-in-tobacco-products-enhanceattractiveness-and-appeal>.
15. World Health Organization. Information sheet: Manipulation and marketing strategies used by tobacco and nicotine industries to promote their products. [https://www.who.int/ publications/m/item/information-sheet--manipulationand-marketing-strategies-used-by-tobacco-and-nicotineindustries-to-promote-their-products](https://www.who.int/publications/m/item/information-sheet--manipulationand-marketing-strategies-used-by-tobacco-and-nicotineindustries-to-promote-their-products).
16. Hooking the next generation: how the tobacco industry captures young customers. Geneva: World Health Organization; 2024. Licence: CC BY-NC-SA 3.0 IGO. [https://www.who. int/publications/i/item/9789240094642](https://www.who.int/publications/i/item/9789240094642)
17. World Health Organization. Tobacco: E-cigarettes. [https:// www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/ tobacco-e-cigarettes](https://www.who.int/news-room/questions-and-answers/item/tobacco-e-cigarettes).