

1. บทนำ

มีอะไรที่ประชาชนจะเชื่ออุตสาหกรรมบุหรี่ยุคใหม่ได้บ้าง

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเม็ดเงินอุตสาหกรรมบุหรี่ยุคใหม่จำนวนมากได้ไปกับ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ว่าตนเองได้ปฏิรูปตนเองใหม่แล้ว สิ่งที่อุตสาหกรรมบุหรี่ยุคใหม่ต้องการแสดงให้เห็นก็คือ อย่าตัดสินอุตสาหกรรมบุหรี่ยุคใหม่ด้วยการกระทำในอดีต หากเราจะไม่คำนึงถึงความจริงที่อุตสาหกรรมบุหรี่ยุคใหม่ต้องการพ้นจากความผิดฐานที่ได้ก่อออกมาจากผู้คนมานานถึง 50 ปี โดยไม่เคยรับผิดชอบต่อผลกระทบของตนเองก็ตาม คำถามสำคัญก็คือ อุตสาหกรรมนี้ได้เปลี่ยนแปลงตัวเองไปมากน้อยเพียงใด นำเสียขายที่ค่าตบคือ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

แล้วเช่นนั้นรัฐบาลของนานาประเทศ สื่อมวลชน และสังคมควรมองการก้าวรุกรุกของอุตสาหกรรมนี้ด้วยทัศนคติเช่นไร

- เราควรเชื่อคำพูดของบรรดาบริษัทผลิตบุหรี่ยุคใหม่ที่อ้างว่าได้ปฏิรูปตนเองแล้วหรือไม่
- บริษัทบุหรี่ยุคใหม่เป็นภาคีที่เหมาะสมหรือไม่ในการรณรงค์เพื่อสุขภาพของประชาชน
- การสนับสนุนด้านงบประมาณจากบริษัทเหล่านี้มีประโยชน์จริงหรือต่อการป้องกันเยาวชนมิให้สูบบุหรี่/หรือต่อการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์
- นักการเมืองและสื่อมวลชนควรจะใส่ใจมากน้อยแค่ไหนกับข้อโต้แย้งทางวิทยาศาสตร์และนโยบายสาธารณะของบริษัทบุหรี่ยุคใหม่

ควรหรือไม่ ที่ใครสักคนจะเชื่อถือ อุตสาหกรรมบุหรี่

หนังสือเล่มนี้จะชี้ให้เห็นว่า เครื่องมือสำคัญในการทำธุรกิจค้าบุหรี่ คือ การปฏิเสธ การหลอกลวง และการสร้างความเป็นกันเอง ในเกือบทุกเรื่องทั้งบริษัทบุหรี่เข้าไปไม่พบบทบาท ผู้บริหารของบริษัทเหล่านี้ได้พูดกับสาธารณะชนและรัฐบาลของประเทศต่างๆ แบบหนึ่ง แต่ในอาณาบริเวณส่วนตัว ตั้งแต่ห้องประชุมกรรมการบริหาร ห้องปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์ จนถึงสำนักงานของบริษัทโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่บริษัทบุหรี่ว่าจ้าง ผู้บริหารเหล่านี้มักสลับชุดอีกแบบหนึ่ง ประเด็นโต้แย้งครั้งสำคัญๆ เกี่ยวกับการสูบบุหรี่มิได้เกิดจากความคิดเป็นที่แตกต่างกัน ของประชาชนผู้บริโภค แต่เกิดจากการวางแผน และการประสานงานกันอย่างดีด้วยเงินลงทุนก้อนใหญ่ จากบริษัทบุหรี่ที่เห็นว่าผลประโยชน์สำคัญกว่าชีวิตของประชาชน

การเปิดเผยเอกสารภายในของบริษัทบุหรี่นับล้านๆ หน้าอันเป็นผลพวงของคดีความในสหรัฐอเมริกา ระหว่างผู้เสียหายจากการสูบบุหรี่กับบริษัทบุหรี่ ได้ฉายภาพอันน่าตกใจว่า เกิดอะไรขึ้นภายในบริษัทบุหรี่ขนาดใหญ่ โดยเฉพาะบริษัทบุหรี่ข้ามชาติขนาดใหญ่สองบริษัทคือ ฟิลลิป มอร์ริส (Phillip Morris) และบริติชอเมริกันโทแบคโค (British American Tobacco) ดังนั้น ใครก็ตามที่เจียดเวลาอ่านหนังสือเล่มนี้ แม้จะอ่านเพียงผ่าน ๆ คงจะรู้สึกถึงภัยไม่น้อยกับเรื่องราวของบริษัทบุหรี่ขนาดใหญ่เหล่านั้น

เราเปลี่ยนแปลงตัวเองแล้ว !

ปิดฉากบริษัทบุหรี่ยักษ์ใหญ่

เปิดฉากบริษัทบุหรี่ไทยใหม่

ขอละทิ้งบุหรี่ได้กลายเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของการตายก่อนวัยอันควรในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก คาดกันว่าก่อนถึงปี 2573 จำนวนผู้เสียชีวิตจาก

การสูบบุหรี่จะเพิ่มขึ้นเป็นปีละ 10 ล้านคน ในสถานการณ์เช่นนี้ บริษัทบุหรี่ข้ามชาติต่างพยายามที่จะจัดวางตำแหน่งใหม่ให้กับบริษัทของตนว่ามีส่วนร่วมกับการแก้ปัญหา เช่น บริติชอเมริกันโทแบคโคที่แถลงว่า บริษัของตนจะ ทำธุรกิจด้วยความรับผิดชอบในอุตสาหกรรมที่มีกฎมองว่ามีประเด็นข้อโต้แย้งอยู่มาก"

หนังสือเล่มนี้ชี้ให้เห็นว่าบริษัทบุหรี่ขาดความรับผิดชอบและไม่ควรที่จะ **ได้รับความเชื่อถือ** แม้จะมีข้ออ้างที่ว่า บริษัทเหล่านี้ได้ปรับวิถีธุรกิจใหม่แล้วก็ตาม หลักฐานในหนังสือเล่มนี้จะพิสูจน์ให้เห็นว่าบริษัทต่างๆ ยังไม่เปลี่ยนแปลงตัวเอง แต่ก็เป็นไม่ได้ว่าการที่บริษัทบุหรี่กล่าวเท็จเรื่องการเปลี่ยนแปลงตัวเองนั้น ก็เพื่อหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงตัวเองจริงๆ ด้วยเหตุนี้บริษัทเหล่านี้จึงไม่ควรมีส่วนร่วมในการคิดค้นวิธีแก้ปัญหา รวมถึงการเข้าร่วมเจรจาระหว่างประเทศเพื่อวางกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมการบริโภคยาสูบขององค์การอนามัยโลก (Framework Convention Tobacco Control : FCTC)

เหตุการณ์ในอดีตชี้ว่า สิ่งที่อุตสาหกรรมยาสูบสนใจมากที่สุดยังคงเป็นการทำลายความพยายามใดๆ ก็ตามที่จะมุ่งควบคุมสินค้าที่ตนผลิตและส่งเสริมการขายอย่างหนักจนแทบไม่ต่างไปจากการทำสงครามกับสุขภาพของประชาชน

แต่จิวแล้วบริษัทบุหรี่ไม่เคยเปลี่ยนแปลงอะไรเลย ตราบจนปัจจุบัน ดังนั้นกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบใหม่ไม่ว่าจะหลีกแหลมและใช้เงินเมกะขนาดไหนก็ไม่สามารถหลบเลี่ยงพฤติกรรมหลอกลวงที่ดำเนินมาหลายสิบปีลงไปได้ **ประชาชนไม่ควรเชื่อถือบริษัทเหล่านี้ที่เพิ่งจะยอมรับความจริงเมื่อไม่นานมานี้ว่า การสูบบุหรี่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ** เช่น ข้อเท็จจริงที่ว่า การสูบบุหรี่ทำให้เป็นโรคมะเร็ง ทั้งๆ ที่ความรู้ในเรื่องนี้ได้รับการยืนยันจากการศึกษาวิจัยทางวิทยาศาสตร์ที่ได้รับการรับรองทางวิชาการมานาน 40 ปีแล้ว แม้จนทุกวันนี้ บริษัทบุหรี่บางบริษัทก็

ยังคงปฏิเสธอันตรายของบุหรีต่อสุขภาพอยู่เช่นเดิม ดังนั้น ประชาชนจึงไม่ควรชื่นชมบริษัทบุหรีที่ยอมรับว่านิโคตินเป็นสารเสพติด แต่แล้วก็อธิบายว่าการเสพติดดังกล่าวเหมือนการติดอินเทอร์เนตหรือการช้อปปิ้ง ประชาชนไม่ควรตอบรับโครงการรณรงค์ของอุตสาหกรรมบุหรีที่รณรงค์ไม่ให้เยาวชนสูบบุหรี ซึ่งที่แท้แล้วก็คือการทำให้การสูบบุหรีเป็นสัญลักษณ์ของการเป็นผู้ใหญ่และเป็นสิ่งที่เข้ายวนยิ่งขึ้นในความรู้สึกของเด็กๆ และเยาวชน

บทสุดท้ายของหนังสือจะชี้ให้เห็นว่า บริษัทบุหรียังคงเดินหน้าต่อไปเพื่อปกป้องรักษาอาณาจักรทุกตารางนิ้วของตนจากการเปิดโปงและตีแผ่ความจริงเกี่ยวกับบริษัทบุหรี (แม้จะได้เลิกแสดงจุดยืนที่ไร้เหตุผลและฝังใจซึ่งเปิดช่องให้ถูกเยาะหยันและเสี่ยงกับการถูกฟ้องร้องได้ง่ายขึ้นแล้วก็ตาม แต่กลับไม่ยอมรับความจริงอันใดมากกว่าที่เป็นอยู่)

เมื่อปี 2543 คณะกรรมการวิชาการสาธารณสุขของสภาสามัญชนแห่งสหราชอาณาจักรได้ศึกษาจุดยืนใหม่ ๆ ทั้งหมดของบริษัทฟิลลิป มอร์ริส, บริติชอเมริกันทอแบคโค, เจแปนทอแบคโค, อิมพีเรียลทอแบคโค และกาลลาเฮอร์ แล้วสรุปถึงสิ่งที่บริษัทเหล่านี้อ้างว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีดำเนินธุรกิจของตนไว้ดังต่อไปนี้

คณะกรรมการวิชาการเข้าใจว่าบริษัทบุหรีทั้งห้านี้ได้พยายามคัดค้านความเห็นพ้องร่วมกันของวงการวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับอันตรายของยาสูบจนถึงจุดที่การคัดค้านดังกล่าวดูเหมือนเรื่องไร้สาระ ดังนั้นกลยุทธ์ที่ไม้อัจฉริยะบริษัทเหล่านี้ใช้ก็คือ (1) ยอมรับอย่างกว้าง ๆ ว่าการสูบบุหรีเป็นอันตรายต่อสุขภาพ (แต่ก็เสนอข้อโต้แย้งที่ชวนให้เร็วเร็วในตนเองว่า การคำนวณทางระบาดวิทยาไม่ใช่วิทยาศาสตร์ที่สามารถประมวลผลได้อย่างแม่นยำ ดังนั้นตัวเลขจำนวนผู้เสียชีวิตจากการสูบบุหรีอาจจะสูงเกินจริงก็ได้) (2) แสดงความกังวลใจประเดี๋ยวจึงความเป็นสารเสพติด

ของนิโคติน และ (3) ไม่ละความพยายามที่จะคัดค้านข้อโต้แย้งที่ว่า การสูบบุหรีมือสองเป็นอันตรายต่อสุขภาพ

ทำไมเราจึงไม่ยอมรับว่าบริษัทบุหรียักษ์ใหญ่ได้เปลี่ยนตัวเองแล้ว

บริษัทบุหรียังไม่เปลี่ยนแปลงหรือแม้แต่ลงมือปรับปรุงตนเองเลย ในความพยายามลบล้างประวัติการหลอกลวงประชาชนมานานถึง 40 ปี ด้วยการกระทำต่างๆ ที่ทำอยู่ให้ไม่ว่ายังไม่เพียงพอและไม่น่าเชื่อถือเลยแม้แต่น้อย

ข้อสรุปจากการค้นคว้าของคุณ: ผู้จัดทำหนังสือเล่มนี้พบว่า

- จุดประสงค์หลักของบริษัทบุหรีไม่เคยเปลี่ยนจากเดิม นั่นคือต้องการขายบุหรีให้ได้มากขึ้นและจงใจให้คนบริโภคยาสูบมากขึ้น สิ่งที่เปลี่ยนไปมีเพียงการตกแต่งรูปโฉมของบริษัทเสียใหม่และใช้กลยุทธ์ประชาสัมพันธ์แบบใหม่
- บริษัทบุหรียังคงพยายามกั้นท่อนกตการด้านสาธารณสุขที่รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ รับรองและประกาศใช้แล้ว
- บริษัทบุหรียังคงหลอกลวงและเบี่ยงเบนประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างการสูบบุหรีกับการเจ็บป่วย การติดนิโคติน และการสูบบุหรีมือสอง
- บริษัทบุหรีจำใจต้องเลือกยอมรับข้อเท็จจริงเพียงไม่กี่ข้อที่พวกเขาไม่สามารถหาข้อโต้แย้งได้ ถึงกระนั้นการยอมรับดังกล่าวก็มีข้อจำกัดใหม่ ๆ และคำเตือนที่ทำให้เร็วเร็วพวกเขาหมดด้วย
- แม้จะอ้างว่ามีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว แต่บริษัทบุหรีก็กลับเพิ่มรายจ่ายด้านการตลาด เพื่อเจาะกลุ่มเยาวชนให้ได้

มากที่สุด

- บริษัทบุหรี่ยังคงตอบคาประชาชนด้วยการรณรงค์เพื่อสุขภาพต่างๆ ที่ไม่มีผลใดๆ เลย
- บริษัทบุหรี่ยังคงคัดค้านการควบคุมผลิตภัณฑ์ของตนตามมาตรฐานที่ใกล้เคียงกับการควบคุมสินค้าบริโภคประเภทอื่น
- ยังไม่มีบริษัทใดในอุตสาหกรรมบุหรี่ป้อนข้อมูลที่เป็นเท็จและทำให้เข้าใจผิดทุกประการที่ได้แถลงไปแล้วก่อนที่จะยอมรับความจริงเลย
- ไม่เคยมีผู้บริหารคนใดของบริษัทบุหรี่ย้อภัย ลาออก หรือถูกปลดจากงาน
- อุตสาหกรรมบุหรี่ยังกำลังเล่นเกม “หนี-ชนะ” กับสุขภาพของประชาชน การที่มีผู้เลิกสูบบุหรี่ได้ คือ การสูญเสียลูกค้า ดังนั้นเราจะคาดหวังได้หรือว่า บริษัทบุหรี่ยัง

ปฏิเสธตนเอง เพื่อช่วยให้คนเลิกสูบบุหรี่ในเมื่อมันขัดกับผลประโยชน์ทางการค้าของตน

ความจริงก็คืออุตสาหกรรมบุหรี่ยังไม่ปฏิเสธตนเองอย่างแท้จริง เพียงแต่เร่งเครื่องเร่งสร้างภาพลักษณ์ใหม่เท่านั้น บริษัทบุหรี่ยังคงส่งเสริมการบริโภคยาสูบในทุกรูปแบบต่อไป หากประวัติศาสตร์จะให้บทเรียนเกี่ยวกับการทำธุรกิจของอุตสาหกรรมบุหรี่ยังประชาชนได้บ้าง บทเรียนนั้นก็คือ **อุตสาหกรรมนี้จะเปลี่ยนแปลงตนเองต่อเมื่อถูกบังคับและการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อถูกกำหนดมาจากภายนอกเท่านั้น** ทั้งนี้กลไกที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจจะอยู่ในข้อกำหนดของกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมการบริโภคยาสูบ (FCTC) ก็เป็นไปได้