

## 5. ประเทศกำลังพัฒนา

*ไม่ว่าอัตราการสูบบุหรี่ในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วจะสูงขึ้นหรือลดลงก็ตาม บริษัทบุหรี่ข้ามชาติได้ตั้งเป้าไว้แล้วที่จะขยายธุรกิจเข้าสู่ประเทศกำลังพัฒนา*

**จ**รสาร Tobacco Reporter ของอุตสาหกรรมบุหรี่เคยรายงานว่า

“ตลอดช่วงปลายศตวรรษนี้การบริโภคยาสูบในประเทศพัฒนาแล้วจะมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย แต่การบริโภคในประเทศกำลังพัฒนาอาจจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 3 นี้เป็นอนาคตที่สดใสทีเดียว! สังคมปลอดบุหรี่ยังไม่เกิดขึ้นแต่อุตสาหกรรมบุหรี่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง”

(ปี 2532)

อดีตผู้บริหารฝ่ายการตลาดของบริษัทบุหรี่เคเท็นไคเคยพูดไว้อย่างตรงไปตรงมายิ่งกว่านี้ว่า

“พวกเขาต้องหาทางยึดอายุธุรกิจขนาดมโหฬารที่พวกเขาสร้างขึ้น ดูเหมือนว่าทางเดียวที่เหลืออกจะเป็นการเพิ่มยอดขายในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา”

(ปี 2534)

เอกสารของบริษัทบริติชอเมริกันทอแบ็คโคฉบับหนึ่ง สรุปเหตุผลที่จะต้องเพิ่มยอดขายในประเทศกำลังพัฒนาไว้ว่า

“เราไม่ควรที่อดอยเพียงเพราะว่าตลาดในโลกละติกันโดยรวมกำลังจะหดแคบลง แต่เราควรจะมองภาพรวมของตลาดทั่วโลก เพราะตลาดในบางภูมิภาคมีการเติบโตอย่างมั่นคง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเอเชียและแอฟริกา ซึ่งจะเห็นว่ามีการเปิดตลาดใหม่ ๆ สำหรับสินค้าที่เราส่งเข้าไป เช่น ในอินโดจีนและกลุ่มประเทศในสหภาพความร่วมมือทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศสังคมนิยม นอกจากนี้ก็มีโอกาสดีๆ ที่เราจะขยาย

ส่วนแบ่งทางการตลาดในภูมิภาคอื่น ๆ เช่น ยุโรป  
อุตสาหกรรมของเราสามารถทำกำไรได้อย่าง  
สม่ำเสมอทั้งยังมีโอกาสที่จะเพิ่มผลกำไรได้อีกใน  
อนาคต”

(บี 2533)

เจฟฟรีย์ ไบเบิล ประธานคณะบริหารของบริษัท  
ฟิลลิป มอร์ริส กล่าว

“เรายังคงอยู่แค่เชิงเขาในแง่ของการสำรวจหา  
โอกาสที่เป็ดกว้างเต็มทีสำหรับตลาดใหม่ ๆ ของเราใน  
หลาย ๆ ภูมิภาค”

(บี 2539)

ส่วนประธานบริษัทสาขาในอินเดียของบริษัท  
อเมริกันโทแม็คโคกล่าว

“เป้าหมายขั้นต้นของเราคือขยายตลาดบุหรี่  
เรามีความรับผิดชอบที่จะต้องขยายตลาดในฐานะ  
เป็นผู้นำตลาด”

(บี 2540)

เด็กและเยาวชนในประเทศกำลังพัฒนาเป็นกลุ่ม  
เป้าหมายที่ดึงดูดใจบริษัทบุหรี่มากที่สุด

“คนกลุ่มนี้คือตลาดที่มีศักยภาพมหาศาล  
อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรอยู่ในระดับร้อยละ 2.2  
ต่อปี และร้อยละ 40 ของประชากรกลุ่มนี้ คือ  
เด็กที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส ตุรกี บี 2540)

แต่แผนผังวงรเวศถูกก็เป็นปัจจัยดึงดูดเช่น  
กัน ดังที่ผู้จัดการฝ่ายปฏิบัติการของบริษัท ฮาร์ เจ เรย์  
โบลด์ส์ระบุว่า

“ตุรกีน่าสนใจมากเมื่อมองในแง่การผลิต คือ  
มีจำนวนชั่วโมงทำงานปกติสัปดาห์ละ 45 ชั่วโมง  
ในขณะที่เยอรมันสัปดาห์ละ 37 ชั่วโมง ด้วยการ  
ทำงานสามกะ เราสามารถเดินเครื่องโรงงานของเรา  
ได้สัปดาห์ละ 6 วัน ๆ ละ 24 ชั่วโมง โดยไม่  
ต้องมีการทำงานล่วงเวลา”

(บี 2542)

ไอบีซีเป็นจุดเด่นสำคัญของแผนขยายงานของ  
บริษัทบุหรี่ ผู้บริหารบริษัทบุหรี่คนหนึ่งกล่าวว่า  
“คุณก็รู้ว่าเราต้องการอะไร เราต้องการเอเชีย”

(บี 2531)

จีนเป็นตลาดสำคัญในเอเชียที่บริษัทบุหรี่ต้องการ  
จะบุก เพราะจีนมีผู้สูบบุหรี่มากกว่า 300 ล้านคน  
และมีเยาวชนและผู้หญิงอีกหลายร้อยล้าน

“การมองอนาคตของอุตสาหกรรมบุหรี่สำหรับปี  
2543 จะสมบูรณ์ไปไม่ได้ถ้าไม่พูดถึงตลาดที่อาจ  
สำคัญที่สุดในอนาคต นั่นคือตลาดในจีน เมื่อ  
พิจารณาในทุกแง่มุมแล้ว จีนเป็นประเทศที่น่าสนใจ”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส เอเชีย บี 2539)

“การคิดถึงเชิงปฏิบัติการสูบบุหรี่ของจีนเมื่อเน้นการ  
คิดถึงขีดจำกัดของอวกาศ”

(บริษัท ร็อบแมนส์ บี 2535)

“ตลาดบุหรี่ในจีนขณะนี้มีขนาดใหญ่คิดเป็นสาม  
เท่าของตลาดบุหรี่ในอเมริกา และจำนวนบุหรี่ในจีน  
มีมากกว่าร้อยละ 30 ของบุหรี่ทั่วโลกคือจำนวน 5.4  
ล้านล้านมวน เนื่องจากขนาดของตลาดระหว่าง  
ประเทศทั้งหมดยังไม่เท่ากับร้อยละ 1 ของตลาดในจีน  
เราจึงมีพื้นที่กว้างขวางสำหรับการขยายตลาดได้”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส บี 2534)

“ตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบในจีนเป็นพรมแดน  
สำคัญที่บริษัทยาสูบข้ามชาติมุ่งจะพิชิต”

(บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส บี 2537)

อุตสาหกรรมบุหรี่ยังขยายเข้าไปในมาตุภูมิประเทศ  
ยุโรปตะวันออกและอดีตสหภาพโซเวียตอีกด้วย  
ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจใหม่ของบริษัท  
อเมริกันโทแม็คโคเคยกล่าวว่า

“เห็นได้ชัดว่าประเทศเหล่านี้ทุกประเทศมี  
ศักยภาพการบริโภคบุหรี่อย่างมากมหาศาล มนคิด

ว่าความต้องการบุรุษจากโลกตะวันตกไม่มีที่สิ้นสุด  
นี่เป็นโอกาสทองของทุกคน ทั้งที่เฝ้ามองมาถึง ทุก  
ประเทศในกลุ่มนี้เลยนะครับ”

(บี 2523)

**ใ**นประเทศกำลังพัฒนา อุตสาหกรรมบุรุษมีมุ่ง  
ทำลายความเคื่อนไหวที่จะให้มีกิจกรรมควบคุม  
บุรุษเช่นเดียวกับที่อุตสาหกรรมบุรุษได้ทำใน  
ประเทศพัฒนาแล้ว

“คงไม่ปลอดภัยแน่ที่จะคาดหวังการเติบโต  
อย่างมั่นคงและต่อเนื่องในประเทศกำลังพัฒนา ใน  
ภาวะที่องค์กรต่อต้านการสูบบุหรี่กำลังสร้างแรง  
กดดันระดับสากลที่เข้มแข็งขึ้นอย่างรวดเร็วต่อ  
รัฐบาลและผู้บริโภคในประเทศเหล่านี้ ถ้าจะให้  
ธุรกิจของเราในประเทศกำลังพัฒนาเติบโตได้เต็มที่  
ในระยะยาว เราจะต้องพยายามทำให้กระแสกดดัน  
ของกลุ่มต่อต้านการสูบบุหรี่มีความเป็นกลางโดย  
ทำให้ประชาชนในประเทศเหล่านี้มองบริษัทเราว่า

1. ดำเนินธุรกิจด้วยความรับผิดชอบท่ามกลาง  
กระแสความคิดเห็นอย่างกว้างขวางที่ชี้ถึงผลเสีย  
ของบุรุษต่อสุขภาพ
2. ดำเนินกิจกรรมการตลาดที่แสดงให้  
ประชาชนเห็นความรับผิดชอบต่อสังคม
3. เป็นแรกที่ประเทศเจ้าบ้านสมควรให้การ  
ต้อนรับเพราะการเข้ามาดำเนินธุรกิจของเราจะนำ  
มาซึ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจสู่ประเทศนั้น
4. มีส่วนช่วยเหลือแก่อุปสรรคสังคมมิใช่มุ่ง  
แสวงหาประโยชน์”

(บริษัท บริติช อเมริกัน โทบะกโก บี 2522)

**ใ**นปลายทศวรรษ 1970 หรือในระหว่างปี  
2513-2522 บริษัทบุรุษข้ามชาติขนาดใหญ่กลุ่มหนึ่ง  
ได้จัดตั้งคณะกรรมการว่าด้วย “ประเทศกำลังพัฒนา”  
ขึ้น เพื่อบรรเทา “ภัยคุกคาม” ต่ออุตสาหกรรม  
ยาสูบในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาให้เหลือน้อยที่สุด

ภารกิจสำคัญประการหนึ่งที่คณะกรรมการชุดนี้ได้รับ  
มอบหมาย คือ

“หน่วงเหนี่ยว ชัดขวาง หรือชะลอ ความ  
พยายามของประเทศเหล่านี้ที่จะปฏิบัติตามข้อ  
เสนอนะในรายงานของคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ  
ขององค์การอนามัยโลก”

(บริษัท คิเคิล/ มอริส บี 2523)

เป็นที่ชัดเจนว่า เป้าหมายใหญ่ คือ

“เราจะต้องพยายามทุกอย่างไม่ให้มีการพัฒนาไป  
ถึงจุดที่กลุ่มประเทศในโลกที่สามมีเจตจำนงที่จะ  
ต่อต้านบุรุษ เราจะต้องพยายามช่วงชิงประเทศโลก  
ที่สามทั้งหมดหรืออย่างน้อยก็ส่วนใหญ่ ให้หันมา  
ปฏิบัติตามหลักการของเรา เราจะต้องพยายาม  
โน้มน้าวใจให้กระบวนการวางแผนนโยบายขององค์การ  
อาหารและเกษตร และที่ประชุมสหประชาชาติว่า  
ด้วยการค้าและการพัฒนา เปลี่ยนจุดยืนมาเข้าข้าง  
อุตสาหกรรมบุรุษ เราจะต้องพยายามผลักดันให้  
องค์การอนามัยโลกมีจุดยืนที่เป็นกลาง และไม่ถือ  
เอาทัศนะของตนเป็นมาตรฐานมากกว่าที่เป็นอยู่”

(บริษัท บริติช อเมริกัน โทบะกโก บี 2522)

**ใ**นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบุรุษเพื่อ  
รักษาและสร้างตลาดในประเทศกำลังพัฒนาคือ  
คัดค้านข้อจำกัดเรื่องการสูบบุหรี่และตั้งข้อสงสัยต่อ  
ไปถึงผลกระทบของการสูบบุหรี่ต่อสุขภาพ

“ก่อตั้งโครงการที่รวมอำนาจไว้ที่ส่วนกลาง  
เพื่อค้นหาผู้เชี่ยวชาญในประเทศด้วยพัฒนาที่  
สามารถชี้แจงประเด็นการสูบบุหรี่ในที่สาธารณะใน  
มิติของการแพทย์และวิทยาศาสตร์ได้ รวมทั้ง  
เสริมความมั่นคงให้แก่จุดยืนต่อสาธารณชนของ  
อุตสาหกรรมบุรุษในประเด็นการสูบบุหรี่ในที่  
สาธารณะ”

(บริษัท คิเคิล/ มอริส บี 2524)

อุตสาหกรรมบุตรียังให้ความสนใจอย่างมาก ต่อประเด็นลักษณะเฉพาะของผู้สูบบุหรี่รายใหม่ในประเทศกำลังพัฒนา

“ในประเด็นสุขภาพนี้ เรากำลังศึกษามลภาวะทางชีววิทยเกี่ยวกับประชากรกลุ่มต่าง ๆ ในทวีปเอเชีย เพื่อค้นหาผู้ที่อาจจะเป็นผู้เชี่ยวชาญให้เราได้ การศึกษานี้เปรียบเทียบระหว่างชาวเอเชียและชนเผ่าชาว ทำให้พบหลักฐานที่เป็นบวกและน่าสนใจเกี่ยวกับข้อโต้แย้งเรื่องการสูบบุหรี่กับสุขภาพ”

(ศิลปิน มอริส ปี 2522)

“เป็นเรื่องคืออย่างหนึ่งที่พบความสัมพันธ์กันระหว่างการสูบบุหรี่กับการมีอายุยืนในท้องถิ่นหนึ่งของประเทศแอกวาดอร์ แต่ปรากฏว่าผู้มีอายุยืนเหล่านั้นไม่ได้สูดเอาควันบุหรี่เข้าสู่ปอด”

(ศิลปิน ศิลปิน มอริส ปี 2522)

ทราบได้ที่ประชาชนยังคงสูบบุหรี่ บริษัทบุตรีไม่วิตกกังวลกับอัตราการตายของประชาชน ผู้แทนของบริษัทหรือแอมเนสตีประจำประเทศบูร์กินาฟาโซเคยกล่าวว่า

“ประชากรของประเทศนี้มีอายุเฉลี่ยประมาณ 40 ปี ภาวะการตายของทารกก็อยู่ในระดับสูง ดังนั้นปัญหาสาธารณสุขที่บางคนอ้างว่ามีสาเหตุมาจากสูบบุหรี่จะไม่กลายเป็นปัญหาใหญ่ในประเทศนี้”

(ปี 2521)

อย่างไรก็ตามบริษัทบุตรีเหล่านี้กลับกังวลว่า ประชาชนอาจจะคิดว่าบริษัทตนกำลังส่งบุหรี่ที่มีน้ำมันดิน (Tar) มากขึ้นเมขายใน “ประเทศโลกที่สาม”

“ประมาณ 10 วันที่ผ่านมาไม่มีนักหนังสือพิมพ์ในแคนาดาและญี่ปุ่นติดต่อผมเพื่อถามเกี่ยวกับ “การตลาดของบุหรี่ในโลกที่สาม” คำถามส่วนใหญ่เป็นเรื่องกระแสข่าวที่ว่า เรากำลังขายมาร์ลไบโร ที่มีปริมาณ “น้ำมันดิน” มากขึ้นในตลาดฟิลิปปินส์ อันที่จริงข้อมูลนี้เป็นความจริงด้วยเหตุผลหลายประการดังที่พวกคุณก็รู้อยู่ จนถึงวันนี้ผมสามารถพูดให้ตัวเองรอดจากสถานการณ์นั้นมาได้ด้วยการใช้คารมพลิกแพลง ผู้สื่อข่าวจากญี่ปุ่นที่ถามผมคือ ไวจ์ดต์ แอนดรูวส์ ผู้สื่อข่าวของสถานีโทรทัศน์ CBS (ของอเมริกา) ประจำญี่ปุ่น เขาบอกผมว่ากำลังหาข่าวให้กับแดน ราเธอร์ ผมคิดว่าผมได้พูดให้เขาเลิกตั้งความตั้งใจจะทำข่าวเรื่องนี้ได้สำเร็จ แต่ก็ไม่มีหลักประกันว่า เราจะสามารถกันท่านบมิให้หลายได้ไม่นานคด”

(บริษัท ศิลปิน มอริส ปี 2522)

เมื่อมีคนถามผู้แทนของบริษัทหรือแอมเนสตีคนหนึ่งว่า การขายตลาดบุหรี่เข้าสู่ประเทศกำลังพัฒนานั้นชอบด้วยศีลธรรมหรือไม่ ผู้แทนคนนั้นตอบว่า

“คงไม่ฉลาดที่จะละเลยตลาดที่กำลังขยายตัวไปเสีย ผมตอบคำถามยุ่งยากในเชิงศีลธรรมไม่ได้หรอกครับ เราทำธุรกิจเพื่อสร้างความปลอดภัยให้กับผู้ถือหุ้นบริษัทเรา”