

## ปกเปลือกระบิษัทบุหรี่

โดย สถาพร จิรัตนานนท์

คุณเคยรู้สึกแปลกใจใหม่ว่า ในขณะที่ทั่วโลกมีความตื่นตัวในการรณรงค์ไม่สูบบุหรี่อย่างกว้างขวาง แต่ดูเหมือนว่า ยอดจำหน่ายบุหรี่ทั่วโลกรวมทั้งในประเทศไทยแทบจะไม่เคยลดลงเลย

ทำไมจึงเป็นเช่นนั้น ทั้งๆ ที่บริษัทบุหรี่เกือบทุกแห่งล้วนพยายามอย่างมากที่จะแสดงตัวเองกับสังคมว่าไม่ได้ชักชวนให้มีผู้สูบบุหรี่เพิ่ม การโฆษณาต่างๆ นั้น ล้วนแต่ทำไปเพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดเพียงไม่ให้ผู้สูบบุหรี่อยู่แล้วเปลี่ยนไปสูบบุหรี่ยี่ห้ออื่นเท่านั้น ไม่ได้มีเจตนาจะชักชวนให้ผู้ไม่สูบบุหรี่หันมาสูบบุหรี่เลย ในขณะที่ผู้สูบบุหรี่ก็ทยอยเสียชีวิตจากการสูบบุหรี่ไปทุกวัน โดยการคาดการณ์ทางระบาดวิทยา คาดว่าในอีกราว 10-20 ปีข้างหน้า ยอดผู้เสียชีวิตจากการสูบบุหรี่จะเพิ่มขึ้นเป็นปีละ 10 ล้านคน แล้วทำไมบริษัทบุหรี่จึงยังคงสามารถดำเนินธุรกิจที่ฆ่าลูกค้า ของตัวเองอยู่ได้จนทุกวันนี้



จากผลพวงของการฟ้องร้องบริษัทบุหรี่ โดยผู้เสียหายจากการสูบบุหรี่ในสหรัฐ เมื่อหลายปีก่อน ทำให้บริษัทบุหรี่ถูกบังคับให้ต้องเปิดเผยข้อมูลทุกอย่างของบริษัทต่อสังคม ซึ่งหมายถึงรวมถึงผลการวิจัยและพัฒนา การวางแผนการตลาด เป้าหมายและแนวทางในการบริหารงานของบริษัท ซึ่งถูกบันทึกอยู่ในรูปของ

บันทึกความจำ บทความ การแสดงความคิดเห็น ผลการประชุมและอื่นๆ ที่เราไม่เคยรู้และไม่อาจรู้มาก่อน อันทำให้เราได้เห็นโฉมหน้าที่แท้จริงของพ่อค้าบุหรี่เหล่านี้ว่า

“ภายใต้กิจกรรมทางสังคมต่างๆ ที่บริษัทบุหรี่ทุกแห่งพยายามสร้างสรรค์ออกสู่สังคมเพื่อพยายามเป็นส่วนหนึ่งของสังคม หรือที่เรียกว่า “คืนกำไรให้แก่สังคม” ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคเพื่อการกุศล เพื่อช่วยเหลือผู้ยากไร้ หรือผู้ประสบภัยต่างๆ การสนับสนุนกิจกรรมด้านศิลปะ ศิลปวัฒนธรรม ดนตรีและกีฬา การรณรงค์ไม่ให้วัยรุ่นสูบบุหรี่โดยมิหวังสิ่งตอบแทน เพราะกฎหมายไม่อนุญาตให้โฆษณาสินค้าของตัวเองได้นั้น แท้ที่จริงแล้วเป็นสิ่งที่บริษัทบุหรีคิดค้นและศึกษามาอย่างถ่องแท้แล้วว่าจะสามารถสร้าง ภาพพจน์ที่ดีต่อบริษัทบุหรีได้ เพื่อให้สังคมยอมรับและวางใจให้บริษัทบุหรีมีที่ทางในสังคมที่ดีขึ้น”

**ปัจจุบัน**ธุรกิจบุหรี่ยุคใหม่กลายเป็นธุรกิจที่มีการยอมรับมากขึ้น การรับเงินหรือความช่วยเหลือจากบริษัทบุหรี่ยุคใหม่เป็นสิ่งที่สามารถยอมรับได้ และทำให้บริษัทบุหรี่ยุคใหม่มีแนวร่วมจากบุคคลหรือองค์กรที่ได้รับความช่วยเหลือจากบริษัทเพิ่มขึ้นมาก ขณะนี้บริษัทบุหรี่ยุคใหม่ในเกือบทุกประเทศสามารถดำเนินธุรกิจขายสินค้าแห่งความตายอยู่ได้อย่างสง่างามเผยแพร่เช่นเดียวกับบริษัทที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคและบริโภคอื่นๆ

ดังนั้นเพื่อให้ทันกลยุทธ์ของบริษัทบุหรี่ยุคใหม่ที่นับวันก็จะทวีความเข้มแข็งขึ้น ในขณะที่ประชากรวัยรุ่นและเยาวชนของเราเติบโตเพิ่มขึ้นตามไปด้วย เราจะค่อยๆ ปอกเปลือกบริษัทบุหรี่ยุคใหม่จากเอกสารของบริษัทบุหรี่ยุคใหม่เอง ซึ่งจะทำให้เราสามารถตัดสินใจได้ว่าเราจะยังคงควรให้บริษัทบุหรี่ยุคใหม่ที่ทางในสังคมนี้อีกต่อไปหรือไม่

โดยเราจะนำเสนอข้อมูลบางส่วนจากหนังสือ **Trust us** ซึ่งเป็นการรวบรวมและเรียบเรียงข้อมูลจากเอกสารและพฤติกรรมของบริษัทบุหรี่ยุคใหม่ทั่วโลก เขียนและรวบรวมโดย **Ross Hammond** และ **Andy Rowell** มาแนะนำเสนอที่ละประเด็น **ประเด็นแรกคือการติดบุหรี่**

บริษัทบุหรี่ยุคใหม่รู้ดีว่าการติดนิโคตินเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้สูบบุหรี่เลิกสูบบุหรี่ไม่ได้ แต่บริษัทบุหรี่ยุคใหม่ก็ปฏิเสธความจริงข้อนี้มาโดยตลอด แต่จากเอกสารของบริษัทบุหรี่ยุคใหม่เองกลับยอมรับความจริงในข้อนี้และแสวงหาประโยชน์อย่างเต็มที่กับการเป็นสารเสพติดของนิโคติน

**“ข้อสมมุติข้อแรกของเราคือ แรงจูงใจพื้นฐานที่ทำให้คนสูบบุหรี่ คือ เพื่อให้ได้รับผลทางเภสัชวิทยาจากนิโคติน”**

**บริษัท ฟิลลิป มอริส ปี 2542**

**“นิโคตินทำให้ติด ธุรกิจของเราจึงเป็นขายนิโคติน ซึ่งเป็นยาเสพติดที่ให้ผลเป็นการปลดปล่อยกลไกความเครียด”**

**บริษัท บราวแอนด์วิลเลียมสันปี 2546**

(ติดตามอ่านฉบับต่อไป)