

สถาบันการศึกษาควรเกี่ยวข้องกับบริษัทบูห์หรือไม่

ปัจจุบันพระราชบัญญัติควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.2535 ของไทย ครอบคลุมเพียงแค่การห้ามโฆษณาชื่อบูห์ คือ ห้ามโฆษณาโลโก้ของผลิตภัณฑ์ยาสูบ แต่ไม่ได้ห้ามการโฆษณาชื่อบริษัทบูห์ ซึ่งเปิดช่องให้บริษัทบูห์สามารถใช้ชื่อบริษัทเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรมต่างๆ

คำถามสำคัญคือ อุตสาหกรรมบูห์ ได้อะไรจากการให้เงินสนับสนุนหรือทำกิจกรรมร่วมกับองค์กรต่าง ๆ เช่น การเป็นผู้อุปถัมภ์กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม หรือการบริจาคให้กับกิจกรรมขององค์กรต่างๆ

วัตถุประสงค์ที่แท้จริงของบริษัทบูห์ คืออะไร

เนื่องจากปัจจุบันธุรกิจบูห์ต่างก็ตระหนักดีถึงกระแสการรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ที่ได้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง ประชาชนทั่วโลกต่างก็ตระหนักดีถึงอันตรายจากการสูบบุหรี่ ดังนั้นจึงเป็นภารกิจสำคัญที่บริษัทบูห์จะต้องโน้มน้าวให้สาธารณชนมองเห็นในด้านบวกบ้าง โดยพยายามอ้างว่า ได้ปรับปรุงวิธีการดำเนินธุรกิจของตนแล้ว ด้วยการยอมรับว่าการสูบบุหรี่มีผลต่อสุขภาพ และพยายามมีบทบาทในการจัดโครงการเพื่อป้องกันไม่ให้เยาวชนเข้าถึงบูห์ รวมถึงการสนับสนุนกิจกรรมศิลปะ

นายเอฟ รอส จอห์นสัน อดีตประธานบริษัท อาร์เจอาร์ นาบิสโก กล่าวว่า ทุกคนสามารถทำกำไรได้ในระยะสั้น ๆ แต่เรากำลังคิดถึงกำไรระยะยาวเวลา 10 ปี นับจากนี้ไป การทำตัวเป็นพลเมืองที่ดีในสังคมก็มีความสำคัญเหมือนกับการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา

ขณะที่นายจอร์จ นอช เจ้าหน้าที่ระดับสูงของ บริษัท ฟิลลิป กล่าวว่า เราไม่เคยใช้คำว่า ทำบุญที่หมายถึงว่าเราทำไปโดยไม่หวังผลตอบแทน ไม่มีการบริจาคเงินใด ๆ ทำไป โดยไม่หวังผล

นายแพทริค รีการ์ท ผู้จัดการฝ่ายกิจกรรมองค์กร กลุ่มบริษัท ฟิลลิป มอริส เอเชีย ให้สัมภาษณ์หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ ฉบับวันที่ 21 - 23 กรกฎาคม 2537 หน้า 38 ไว้ว่า

“บริษัทมีการปรับนโยบายและกลยุทธ์การตลาดสำหรับภูมิภาคเอเชียใหม่ โดยเฉพาะเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นตลาดใหญ่และถือเป็นตลาดแห่งใหม่ในอนาคตของบูห์มาร์ลโบโร ด้วยการนำกลยุทธ์การทำตลาดในเชิงCORPORATE AFFAIRE เน้นการสร้างชื่อของบริษัทให้ติดตลาด และเป็นที่ยอมรับได้ยาวนานที่สุด นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างความมั่นคงให้กับตราสินค้าด้วย สำหรับกิจกรรมที่ทำในขณะนี้ ได้แก่ การเข้าไปเป็นผู้สนับสนุนการจัดงานทางด้านศิลปะ...บูห์มาร์ลโบโรถือเป็นสินค้าหลักของบริษัท และเป็นหัวหอกที่ฟิลลิป มอริส ใช้ในการรุกตลาดบูห์ทั่วโลก รวมทั้งภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้นการสร้างชื่อเสียงของบริษัทให้เป็นที่รู้จักของตลาด จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ยึดสร้างความแข็งแกร่งให้กับตัวสินค้า ”

จากเอกสารลับของบริษัทบูห์รี พบว่าเป้าหมายที่แท้จริงของการดำเนินกิจกรรมเหล่านี้คือ

1. เพื่อเปลี่ยนให้ผู้ที่เคยวิพากษ์วิจารณ์บริษัทบูห์รีกลายเป็นผู้ถือนโยบายเป็นกลาง การให้เงินสนับสนุนเป็นการสร้างฐานสนับสนุนทางสังคมที่ดีที่สุด เพราะบรรดาผู้รับเงินสนับสนุนดังกล่าวย่อมสำนึกในความเอื้อเฟื้อของผู้ให้เงิน หรืออย่างน้อยที่สุดก็ไม่คัดค้านบริษัทบูห์รีอีกต่อไป
2. เพื่อดึงเอาภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร หรือกิจกรรมที่บริษัทบูห์รีไปสนับสนุนมาสู่ธุรกิจของตน การที่ชื่อของบริษัทบูห์รีปรากฏคู่กับองค์กรที่มีชื่อเสียงหรือหน่วยงานของรัฐย่อมเสริมสร้างภาพพจน์ที่ดีแก่บริษัทบูห์รี ซึ่งสามารถทำให้สาธารณชนรับรู้ถึงกิจกรรมทางสังคมของบริษัทบูห์รี และถึงกับเพิ่มมูลค่าการถือหุ้นของบริษัทบูห์รีได้ด้วย
3. เพื่อสร้างสายสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้มีอำนาจในวงการบริหารรัฐบาลหรือหน่วยงานของรัฐ
4. เพื่อบั่นทอนพลังของฝ่ายตรงข้ามเพื่อการไม่สู้บูห์รี ทำให้สังคมเห็นว่ากลุ่มนี้เป็นพวกใจแคบ
5. ทำให้ข้อมูลหรือประเด็นในการทำการศึกษาวิจัยที่สนับสนุนโดยบริษัทบูห์รีมีน้ำหนักมากขึ้น

ดังนั้น ในกรณีการอุปถัมภ์กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรมนี้ บริษัทบูห์รีได้ใช้เงินซื้อวัฒนธรรมเกียรติภูมิ และฐานะความเป็นผู้ทรงเกียรติในสังคม การอุปถัมภ์ศิลปะและวัฒนธรรมช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทบูห์รีในฐานะเป็นผู้บริจาคเพื่อประโยชน์ส่วนรวม และช่วยให้บริษัทเหล่านี้มีความสัมพันธ์อันดีกับองค์กรที่ทรงเกียรติ อีกทั้งยังเอื้อให้มีศักยภาพพอที่จะเชิญบุคคลผู้มีฐานะสำคัญคนอื่น ๆ มาเป็นแขก หรือประธานของกิจกรรมที่ตนเป็นผู้อุปถัมภ์

จะทําอย่างไรเมื่อบริษัทบูห์รีเสนอให้การสนับสนุนหรือขอร่วมกิจกรรมด้วย

หลายองค์กรมีความเชื่อในเรื่องการเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนร่วมทำประโยชน์ให้กับสังคม โดยสำหรับภาคธุรกิจแล้ว จะดำเนินการภายใต้คำขวัญที่ว่า “คืนกำไรให้สังคม”

แน่นอนว่าการที่ศิลปินไทยได้มีโอกาสพัฒนาทักษะทางด้านความคิดและวิธีการ ในการนำเสนองานศิลปะสู่นานาชาติเป็นสิ่งที่ดี แต่หากสิ่งนี้จะต้องแลกกับการที่วงการศิลปะของไทยต้องผูกติดกับผู้ผลิตสินค้าที่คร่าชีวิตประชาชนทั่วโลกถึงปีละ 5 ล้านคนและทำให้คนไทยเสียชีวิตปีละ 42,000 คนแล้วจะคุ้มค่ากันไหม

ผศ.อำนาจ เย็นสบาย จากคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร กล่าวไว้ในรายงานการเสวนานโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ เรื่อง การอุปถัมภ์ราชการศิลปวัฒนธรรม ว่า

“ปัจจุบันเราต้องยอมรับว่า วงการศิลปะและการกีฬาได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของวิถีทางการตลาด ซึ่งจะมีผลกระทบได้ทั้งด้านดีและด้านไม่พึงปรารถนา แต่วงการศิลปะและการกีฬาคงจะถกเถียงกัน เพื่อหาข้อสรุปว่า ผลกระทบหรือเป้าหมายสุดท้ายของการร่วมมือกับบริษัทบูห์รีคืออะไร หากมีผลกระทบต่อชีวิตสุขภาพ ของประชาชนและเยาวชน จะกลายเป็นผู้ติดบูห์รี จะเป็นการร่วมมือที่อยู่นอกเกียรติยศชื่อเสียง

หรือไม่ ถ้าหาก คิดว่าร่วมมือกับบริษัทนูหรือไม่ได้เกี่ยวข้องกับสุขภาพประชาชนโดยตรง วิธีคิดแยกส่วน เช่นนี้ถูกต้องหรือไม่”

“หากเกิดกรณีที่บริษัท ฟิลลิป มอร์ริส ไปจัดศิลปะเด็กจะเกิดอะไรขึ้น ศิลปกรรมในวงการเยาวชน ก็เป็นจุดอ่อนของสังคมไทย เนื่องจากครูต้องการรางวัลและชื่อเสียงให้กับนักเรียน โรงเรียนและจังหวัด รางวัลที่ผู้จัดต้องจ่ายก็ไม่มากนัก แต่ผลที่ได้คือ เยาวชนจะมีทัศนคติที่ดีกับบริษัทและผลิตภัณฑ์ ทั้งจะถูกวางพื้นฐานทัศนคติต่อบริษัทนูหรือไปในระยะยาวด้วย”

ถึงเวลาหรือยังที่องค์กร และสถาบันการศึกษาต่างๆ ควรพิจารณาไตร่ตรองให้ถี่ถ้วน ว่าควรให้สถาบันการศึกษานำทรงเกียรติ ไปเป็นองค์ประกอบหนึ่งของกิจกรรมที่บริษัทนูหรือจัดทำขึ้นหรือไม่

ต่อไปนี้เป็นตัวอย่างบางส่วนจากแนวทางปฏิบัติของสมาคมแพทย์แห่งอเมริกา ซึ่งระบุถึงจุดยืนขององค์กรและคำถามที่องค์กรจะต้องตอบให้ได้ ในการพิจารณาว่าจะรับการสนับสนุนหรือร่วมกิจกรรมกับองค์กรอื่นหรือไม่

□ หากได้รับการสนับสนุนแล้วจะรักษาชื่อเสียงขององค์กรเรา ในฐานะเป็นองค์กรที่ยึดถือความจริง มีความเป็นอิสระ ซื่อสัตย์สุจริต มีความน่าเชื่อถือ มีความรับผิดชอบต่อสังคม เอาไว้ได้หรือไม่

□ สิ่งที่ต้องพิจารณาที่สำคัญก็คือ คุณลักษณะขององค์กรที่ขอร่วมงานแต่ละราย นับตั้งแต่ภาระหน้าที่ มาตรฐานด้านจริยธรรม ไปจนถึงวิถีดำเนินกิจการขององค์กรนั้น ทั้งนี้เราจะถูกสังคมตัดสินตามสัมพันธภาพที่เราสร้างขึ้น หากเราทำงานร่วมกับองค์กรที่มีชื่อเสียงมัวหมองหรือประพฤติผิดจริยธรรม ชื่อเสียงของเราและความสามารถที่เราจะบรรลุหน้าที่ของเราอาจจะได้รับผลกระทบอย่างร้ายแรงก็ได้

□ ในกรณีที่องค์กรนั้นเคยประพฤติหรือทำกิจกรรมที่ก่อให้เกิดอันตรายหรือผิดจริยธรรม แต่อ้างว่าได้ปรับปรุงตนเองแล้ว ต้องตรวจสอบกันให้ถี่ถ้วนว่าเราได้รับรู้หลักฐานจากแหล่งข้อมูลที่เป็นอิสระแล้วหรือยังที่สามารถยืนยันได้ว่า ผู้ขอร่วมงานรายนั้นได้ปรับปรุงตนเองแล้วอย่างแท้จริง และไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอันตรายใด ๆ อีกต่อไป

สมาคมการแพทย์แห่งอเมริกา ระบุว่า สมาคมฯ จะไม่เกี่ยวข้องกับองค์กรหรือธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีหลักการ นโยบาย หรือการทำงานที่เห็นได้ชัดว่าขัดแย้งกับวิสัยทัศน์และคุณค่าที่สมาคมฯ กำหนดไว้ เช่น เป็นการไม่สมควรที่จะเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตสินค้าที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของประชาชน เช่น บุหรี่