



ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กันยายน 2554 **ก้าวทันวิจัยกับ ศจย.**

TRC research update

CSR เที่ยม

การแบ่งปันของ อุตสาหกรรมยาสูบ



www.trc.or.th

Editor's Talk



บรรณาธิการ | ดร.ศิริวรรณ พิทยรังสฤษฏ์

ก้าวทันวิจัยกับ ศจย. จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างนักวิจัยด้านความคุมยาสูบเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ และนำไปสู่การผลักดันการเปลี่ยนแปลงในสังคมบนฐานขององค์ความรู้ ซึ่งก้าวทันวิจัยกับ ศจย. ฉบับประจำเดือนเมษายน 2554 เป็นฉบับที่ 7 แล้ว โดยเนื้อหาฉบับนี้จะนำเสนอเกี่ยวกับความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เรื่อง **"CSR เทียม การแอบแฝงของอุตสาหกรรมยาสูบ"**

High light ของฉบับอยู่ที่การสื่อสารให้ภาคส่วนต่างๆ ได้เข้าใจและรู้เท่าทัน **"ในการทำ CSR ของอุตสาหกรรมยาสูบ"** ซึ่งมีการแอบแฝงความชั่วร้ายอย่างไร โดยเนื้อหาในฉบับนี้ เราได้รับเกียรติจาก ดร.สตีเฟ่น ฮาแมนน์, ผศ.ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์ และ ผศ.ดร.สุนิดา ปรีชาวงษ์เป็นผู้เขียนสาระหลักประจำฉบับ โดยในฉบับก็ยังมีคำแนะนำหนังสือเพื่อการควบคุมยาสูบที่น่าสนใจ และข่าวการขับเคลื่อนเพื่อการควบคุมยาสูบของ ศจย. เช่นเคย



เจ้าหน้าที่ ศจย.

ผู้ช่วยบรรณาธิการประจำฉบับ
หริสร ทวีพัฒนา

กองบรรณาธิการ
ดร.สตีเฟ่น ฮาแมนน์
ผศ.ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์
ผศ.ดร.สุนิดา ปรีชาวงษ์
สาธิตี แจ่มจำ
ใจญา แก้วพุ่มตาล

Artwork
อดิศักดิ์ เนาวรัตน์การ

สำนักงาน
ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)
เลขที่ 420/1 อาคารเอนกประสงค์ ชั้น 5
มหาวิทยาลัยมหิดล ถนนราชวิถี
เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 02-3545346 โทรสาร 02-3545347
Website: www.trc.or.th Email: webmaster@trc.or.th

เรื่องในฉบับนี้

จุดประเด็น (เรื่องจากปก): CSR เทียม

การแอบแฝงของอุตสาหกรรมยาสูบ 3

Hot Issue:

ข่าวสารรอบโลก 5

งานวิจัยต่างประเทศ 7

งานวิจัยในประเทศ 11

หนังสือที่น่าสนใจ 17

แฉดวง ศจย. 19



CSR เทียม การแอบแฝงของอุตสาหกรรมยาสูบ

โดย ผศ.ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์

รายงาน “การเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมและอุตสาหกรรม

ยาสูบ : ความหวังหรือสร้างภาพ?”¹

อธิบายถึงต้นกำเนิดและทฤษฎีเบื้องหลังของการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมโดยหลักฐานจากเอกสารภายในของบริษัท ฟิลิป มอริส และพฤติกรรมองค์กร บ่งชี้ให้เห็นว่าการดำเนินงานทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบเป็นสิ่งตรงกันข้ามกับการมีความรับผิดชอบต่อสังคม

ภายใต้โครงการ *Global Compact* ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งมีหลักการ 9 ประการในการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมทางด้านมนุษยธรรม สิทธิทางด้านแรงงานและสิ่งแวดล้อม ยังไม่มีอุตสาหกรรมยาสูบร่วมลงนามในโครงการนี้

ในปี ค.ศ.1997 เมื่อคดีฟ้องร้องอุตสาหกรรมยาสูบโดยสำนักงานอัยการของสหรัฐอเมริกาเป็นข่าวใหญ่ บริษัท ฟิลิป มอริส ได้วางแผนกลยุทธ์ทางการประชาสัมพันธ์ที่มีชื่อโครงการว่า ‘PM 21’ ซึ่งมีจุดประสงค์ในการปรับภาพลักษณ์องค์กรโดยเน้นที่กิจกรรมทางด้านมนุษยธรรมและสิ่งแวดล้อม แต่ข้อสรุปคือ อุตสาหกรรมยาสูบไม่สามารถดำเนินการใดๆ ที่สอดคล้องต่อหลักการของการเป็นองค์กรธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมได้ไม่ว่าจะเป็นการบริจาคเงิน (corporate philanthropy) หรือกิจกรรมอื่นๆ ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมยาสูบเป็น **“สินค้าแห่งความตาย”**²

อุตสาหกรรมยาสูบไม่มีความน่าเชื่อถือในสายตาของสังคมเพราะพฤติกรรมของอุตสาหกรรมยาสูบในอดีตที่ผ่านมา และผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคเสียชีวิตก่อนวัยอันควร รายงานขององค์การอนามัยโลกปี 1979 ได้ประมาณการไว้ว่ายาสูบทำให้เกิดความสูญเสียทางเศรษฐกิจ 13.6 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปีทั่วโลก ซึ่งตรงกันข้ามกับอุตสาหกรรมยาสูบที่อ้างว่าสร้างรายได้ให้แก่สังคมด้วยการสร้างงานและเสียภาษีให้รัฐ

อุตสาหกรรมยาสูบไม่สามารถที่จะมุ่งทำอะไรให้มากที่สุดจากการผลิตและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แห่งความตาย ในขณะเดียวกันกับการเป็นองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่บนพื้นฐานของจริยธรรมหลักฐานต่างๆ จากการฟ้องร้องในศาลทั่วโลกบ่งชี้ว่า



“พฤติกรรมของอุตสาหกรรมยาสูบและกลยุทธ์ต่างๆ ในการทำธุรกิจเป็นการพยายามปิดบังธรรมชาติ ของผลิตภัณฑ์แห่งความตาย ขัดขวางนโยบายที่จะปกป้องสาธารณสุขและทำลายหลักฐานต่างๆ ที่บ่งชี้ถึงความจริง”

เอกสารภายในของอุตสาหกรรมยาสูบบ่งชี้ว่า อุตสาหกรรมยาสูบใช้ความพยายามเป็นระบบและทั่วโลกในการบ่อนทำลายนโยบายการควบคุมการบริโภคยาสูบและความก้าวหน้าในการวิจัยอุตสาหกรรมยาสูบเรียกร้องให้สาธารณชนและองค์การอนามัยโลก มองอุตสาหกรรมยาสูบในมุมมองใหม่โดยอ้างว่า อุตสาหกรรมยาสูบได้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากในอดีตที่เคยขัดขวางเบี่ยงเบนผลงานวิจัยที่สำคัญเกี่ยวกับยาสูบ

แล้วเมื่อเดือนพฤษภาคม ปี ค.ศ.1998 อุตสาหกรรมยาสูบถูกตัดสินจากศาลในรัฐมินเนโซตา ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งส่วนหนึ่งของคำพิพากษาที่ อุตสาหกรรมยาสูบต้องปฏิบัติ



คือ จะต้องเผยแพร่เอกสารภายในขององค์กรนับล้านๆ หน้าให้แก่สาธารณชน การตัดสินใจของศาลในครั้งนี้เป็นภัยคุกคามอย่างยิ่งต่อคดีความอื่นๆ ที่กำลังตามมาในรัฐต่างๆ ของอเมริกา

ดังนั้นอุตสาหกรรมยาสูบจึงยินยอมทำข้อตกลงประวัติศาสตร์กับอัยการของรัฐในเดือนพฤศจิกายน ปี ค.ศ.1998 ที่เรียกว่า Master Settlement Agreement (MSA) ประเด็นสำคัญของข้อตกลงคือ อุตสาหกรรมยาสูบจะต้องจ่ายเงินจำนวนกว่า 2 แสนล้านเหรียญสหรัฐให้แก่รัฐต่างๆ และเอกสารทุกชิ้นที่ ‘ค้นพบ / เปิดเผย’ ในคดีต่างๆ จนถึงปี ค.ศ.2010 จะต้องถูกนำมาเผยแพร่บนเว็บไซต์เวิร์ด ไวด์ เว็บ

เมื่อความลับต่างๆ ภายในองค์กรถูกเปิดเผยดังกล่าว อุตสาหกรรมยาสูบข้ามชาติจึงเปลี่ยนกลยุทธ์ใหม่ด้วยการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ในการเป็นองค์กรที่มีจริยธรรม³ อุตสาหกรรมยาสูบไม่ใช่ผู้กระทำผิดที่กลับใจใหม่ที่สารภาพความผิดต่อสาธารณชน อุตสาหกรรมยาสูบไม่เคยขอโทษต่อสาธารณะที่ได้หลอกลวงมาโดยตลอด ถึงแม้ถูกพิพากษาโดยศาลสถิตยุติธรรม **แต่อุตสาหกรรมยาสูบไม่เคยยอมรับว่าตลอดเวลาที่ผ่านมามีได้โกหกหลอกลวงและไม่เคยแสดงท่าทีที่จะชดใช้ค่าเสียหายให้แก่ผู้ที่สูบบุหรี่และเป็นโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ**

อุตสาหกรรมยาสูบไม่ลดละในการที่จะล่อลวงและดึงดูดเยาวชนด้วยกลยุทธ์ต่างๆ ให้มาสูบบุหรี่ด้วยเหตุผลทางเศรษฐกิจระยะยาวขององค์กร สิ่งที่แสดงให้เห็นถึงความจริงใจของอุตสาหกรรมยาสูบ คือ การปฏิเสธที่จะคืนผลกำไรมหาศาลที่ได้รับจากการขายยาสูบให้แก่เยาวชนที่มีอายุต่ำกว่าเกณฑ์ที่กฎหมายกำหนดว่าซื้อบุหรี่ได้

การต่อต้านเกี่ยวกับการเป็นองค์กรธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคมโดยอุตสาหกรรมยาสูบไม่สามารถปิดบังข้อเท็จจริงว่าผู้สูบบุหรี่จำนวน 4.9 ล้านคนกำลังเสียชีวิตในแต่ละปี และเมื่อพิจารณาว่า บริษัท บริทิช อเมริกัน โทแบคโค ครอบครองตลาดยาสูบทั่วโลก 15.4% ในขณะที่บริษัท ฟิลิป มอริส ครอบครองตลาดโลก 16.4% จึงทำให้อุตสาหกรรมยาสูบทั้งสองต้องรับผิดชอบต่อการเสียชีวิตของผู้สูบบุหรี่ 754,600 คน และ 803,600 คน ต่อปี ตามลำดับ

References

¹ N. Hirschhorn. Corporate Social Responsibility and the tobacco industry: hope or hype? Tobacco Control, 2004, Vol. 13: 447-453. download from www.tobaccocontrol.bmj.com on November 13, 2007

² Guido Palazzo, Ulf Richter. CSR business as usual? The Case of Tobacco Industry; Journal of Business Ethics, 2005, Vol. 61: 387-401)

³ S Chapman. 'Advocacy in action : extreme corporate makeover interrupts denormalising tobacco industry corporate schmoozing.' Tobacco Control Journal 2004; 13 : 445-447. Available from <http://tobaccocontrol.bmj.com> accessed on November 13, 2007



ข่าวสารรอบโลก

CSR ของอุตสาหกรรมยาสูบในต่างประเทศ

โดย ผศ.ดร.สุนิดา ปรีชาวงษ์

เป็นที่ทราบกันว่าอุตสาหกรรมยาสูบมักมีกิจกรรมในลักษณะที่ต้องการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) หลากหลายรูปแบบด้วยกัน อาทิ การสนับสนุนการศึกษา ดนตรี หรือการบริจาคเงินให้โรงเรียน โดยมีจุดมุ่งหมายไม่ได้เพียงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรต่อสังคมเท่านั้น แต่อันที่จริงอุตสาหกรรมยาสูบยังใช้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมหรือ CSR เป็นหนทางในการเข้าถึงนักการเมืองและมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายสาธารณะสุข ซึ่งได้รับการเรียกขานว่า

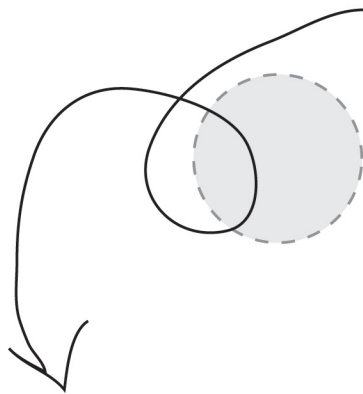
“เป็นนวัตกรรมของอุตสาหกรรมยาสูบในกิจกรรมทางการเมือง (Corporate Political Activity)”

เมื่อเดือนสิงหาคม 2554 วารสารวิชาการ PLoS Medicine¹ ได้ตีพิมพ์งานวิจัยของ Gary Fooks นักวิจัยจาก University of Bath แห่งสหราชอาณาจักร และคณะ ซึ่งเปิดเผยรายละเอียดเกี่ยวกับการทำกิจกรรม CSR ของบริษัทบริติช อเมริกัน โทแบคโค (British American Tobacco: BAT) ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบุหรี่ยักษ์ใหญ่อันดับสองของโลก ว่า บริษัทมีความพยายามอย่างมุ่งมั่นในการทำ CSR จนถึงกับได้รับรางวัลมากมาย แต่การทำ CSR ก็มีวัตถุประสงค์แฝงคือเพื่อจะได้เริ่มต้นหนทางใหม่ที่จะเข้าถึงกระทรวงสาธารณสุขของสหราชอาณาจักรภายหลังจากที่รัฐบาลได้กำหนดมาตรการเข้มงวดในการติดต่อกับอุตสาหกรรมบุหรี่ยักษ์ใหญ่จากการศึกษาเอกสารภายในของบริษัทบริติชอเมริกันโทแบคโค² พบว่าบริษัทได้ใช้การดำเนินงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการสนทนากับผู้กำหนดนโยบายซึ่งทำให้อุตสาหกรรมยาสูบมีโอกาสที่จะโน้มน้าวความคิดของผู้กำหนดนโยบายในการกำหนดประเด็น



ความสำคัญหรือนโยบายสาธารณะสุขและชี้แนะให้สังเกตนโยบายต่างๆ ที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับบริษัท เช่น มาตรการโดยสมัครใจที่จะปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่รัฐบาลจะกำหนดขึ้น เป็นต้น

Fooks และคณะได้ยกตัวอย่างการติดต่อกันทางจดหมายและและบันทึกการติดต่อ ของนาย Martin Broughton (ผู้เป็นประธานบริษัทบริติชอเมริกันโทแบคโค ในช่วงปี พ.ศ. 2541 - 2547) กับนักการเมืองระดับสูงของสหราชอาณาจักร รวมทั้งอดีตนายกรัฐมนตรี Tony Blair ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมยาสูบสามารถใช้การทำ CSR เป็นหนทางในการเปิดการเจรจากับผู้กำหนดนโยบายรวมทั้งแทรกแซงการกำหนดนโยบายสาธารณะสุขให้เป็นไปในทิศทางที่ตนเองต้องการ เช่น การเสนอความช่วยเหลือทางด้านวิชาการเรื่องการลดอันตรายในผลิตภัณฑ์ยาสูบ เป็นต้น



แม้ว่าบทความเรื่องนี้อย่างข้อมูลโดยตรงจากนักการเมืองที่มีส่วนเกี่ยวข้องแต่บทความได้เน้นย้ำถึงความสำคัญการนำแนวทางปฏิบัติในการบังคับใช้ข้อ 5.3 แห่งกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบ ขององค์การอนามัยโลก มาปฏิบัติ โดยเฉพาะข้อเสนอแนะ 6.1 ซึ่งระบุว่า

“ภาคีอนุสัญญาควรดำเนินการให้เชื่อมั่นได้ว่าหน่วยงานทุกภาคส่วนของรัฐและประชาชนได้รับทราบถึงวัตถุประสงค์ที่แท้จริงและขอบเขตการทำกิจกรรมด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของอุตสาหกรรมยาสูบ”



References

- ¹ Fooks, G., et al. (2011). Corporate Social Responsibility and Access to Policy E'lites: An Analysis of Tobacco Industry Documents. *PLoS Med* 8(8): e1001076. doi:10.1371/journal.pmed.1001076
- ² Legacy Tobacco Documents Library <http://legacy.library.ucsf.edu/>



งานวิจัยต่างประเทศ

ความรับผิดชอบต่อสังคมของอุตสาหกรรมยาสูบ (CSR):
อุตสาหกรรมยาสูบสร้างความประทับใจและรับใช้ใคร
การดำเนินงานของอุตสาหกรรมยาสูบสร้างความพึงพอใจ
หรือสร้างปัญหาในอนาคตหรือไม่?

โดย ดร.สตีเฟ่น ฮาแมนน์

คนเราไม่ได้ตีความหมายของความรับผิดชอบต่อสังคมไปในทิศทางเดียวกันเสมอ¹ ความรับผิดชอบต่อสังคม คือ การดำเนินธุรกิจตามแนวทางพฤติกรรมองค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการทางสังคมหรืออาจกล่าวอีกแบบหนึ่งได้ว่าเป็นการดำเนินงานตามพันธกรณี นิยมหรือตามอุดมคติ

ด้วยเหตุที่ว่าความรับผิดชอบต่อสังคมที่จริงแล้วเป็นการดำเนินงานส่วนเพิ่มขึ้นมาด้วยความสนใจขององค์กรธุรกิจเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อสาธารณชน ความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมนั้นอยู่ที่ หลักการ (Principles) และขอบเขต (Area) ซึ่งนำมาประเมินและพิสูจน์ให้ทราบถึงสถานะขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม หลักการและขอบเขตทั้ง 2 ข้อด้านล่างนี้เป็นมาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมแบบใหม่ที่ชี้ให้เห็นถึงสถานะขององค์กรในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม² หลักการความรับผิดชอบต่อสังคมที่อยู่ด้านขวามือนั้นอาจจะเป็นสิ่งที่เป็นไปได้สำหรับอุตสาหกรรมยาสูบเพราะว่าผลิตภัณฑ์ของอุตสาหกรรมยาสูบเป็นอันตรายและที่ผ่านมาก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผิดกฎหมายและไม่มีจรรยาบรรณ ส่วนขอบเขตทางซ้ายมือนั้นน่าจะเป็นเรื่องง่ายที่จะจัดไว้ในแผนธุรกิจผ่านการจัดการ ความรับผิดชอบต่อสังคมและกระบวนการรายงานความก้าวหน้าในขณะข้อพิจารณาด้วยจริยธรรมนั้นได้ถูกละเลย (ซึ่งอุตสาหกรรมยาสูบยังบกพร่องในเรื่องนี้อยู่)

ขอบเขต หลักการ

ธรรมาภิบาล ○—□ หลักความรับผิดชอบต่อ

สิทธิมนุษยชน ○—□ หลักความโปร่งใส

การปฏิบัติด้านแรงงาน ○—□ หลักการปฏิบัติอย่างมีจริยธรรม

การปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อม ○—□ หลักการยอมรับถึงผลประโยชน์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การปฏิบัติที่เป็นธรรม ○—□ หลักการเคารพหลักนิติธรรม

ประเด็นด้านผู้บริโภค ○—□ หลักการเคารพต่อแนวปฏิบัติสากล

การพัฒนาและการมีส่วนร่วมของชุมชน ○—□ หลักการเคารพต่อสิทธิมนุษยชน

ในต่างประเทศ อุตสาหกรรมยาสูบมีชื่อเสียงไม่ด้นัก เมื่อเร็วๆ นี้ได้ มีการทบทวนการจัดอันดับความมีชื่อเสียงต่อสาธารณชนและ พบว่า อุตสาหกรรมยาสูบอยู่ในอันดับต่ำสุด³ จากการพินิจวิเคราะห์เอกสารของ อุตสาหกรรมยาสูบจากคดีความในศาลสหรัฐอเมริกาเมื่อ พ.ศ.2541 ซึ่งให้ เห็นว่าอุตสาหกรรมยาสูบได้ละเมิดกฎหมายหลักด้านศีลธรรมทางธุรกิจ⁴ ในปี พ.ศ.2549 กระทรวงยุติธรรมสหรัฐ (The US Justice Department) ตัดสิน คดีความฟ้องให้บริษัทยาสูบ 8 บริษัท มีความผิดฐานฉ้อฉลและกล่าวเท็จใน การดำเนินธุรกิจของพวกเขาตลอดจนให้ข้อความเท็จเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ ก่อให้เกิดการเสพติดและผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตราย⁵ ทำไมอุตสาหกรรม ยาสูบยอมสิ้นเปลืองเวลาและแรงงานเพื่อให้ผ่านมาตรฐานว่าด้วยความรับ ผิดชอบต่อสังคมหรือไอเอสโอ (International Standard Organization: ISO26000) และทำงานเพื่อให้ได้รับรางวัลด้านความรับผิดชอบต่อสังคม?

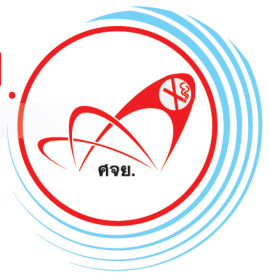
การศึกษาหลายฉบับเปิดโปงว่าบริษัทยาสูบทั้งที่เป็นของเอกชน และของรัฐบาลลงทุนในงานด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและพยายามทำ ให้ผู้สนับสนุนหรืออุปถัมภ์ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ซึ่งได้แก่ ผู้สูบบุหรี่ หุ้นส่วน ทางธุรกิจ และผู้ถือหุ้น เชื่อว่าพวกเขาจะได้รับมากกว่าผลกำไรจากธุรกิจเห็น กระหายประเภทนี้ จุดประสงค์ของอุตสาหกรรมยาสูบคือการสร้างความน่า เชื่อถือซึ่งถือได้ว่าเป็นสิ่งสำคัญหากอุตสาหกรรมยาสูบต้องการจะดำเนินธุรกิจ ต่อไป⁶ การจะรักษาความน่าเชื่อถือไว้นั้นนับว่าเป็นเรื่องยากยิ่งพบว่ามี หลักฐานมากมาย **ชี้ให้เห็นว่าอุตสาหกรรมยาสูบไม่มีความจริงใจใน โครงการคืนกำไรให้สังคมของพวกเขา**



ตัวอย่างหลายตัวอย่างของโครงการคืนกำไรให้ สังคมที่ทำให้อุตสาหกรรมยาสูบเกิดความถดถอย ในปี พ.ศ.2542 ในประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัท ฟิลลิปมอร์ริส ได้ดำเนินการด้านโฆษณาแสดงให้เห็นการบริจาคเงิน จำนวน 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐของพวกเขาช่วยแก้ไขปัญหา ความรุนแรงภายในครอบครัวและช่วยชีวิตคนได้อย่าง ไร การบริจาคเงินประเภทนี้คล้ายๆ ว่าเป็นความพยายาม ที่แน่วแน่เพื่อแก้ไขปัญหาสังคม จนกระทั่งได้มีการเปิดเผยความจริงว่าอุตสาหกรรมยาสูบจ่ายเงิน 108 ล้านดอลลาร์สหรัฐเพื่อทำโฆษณาเกี่ยวกับการบริจาคเงินของ พวกเขา ปฏิกริยาโต้ตอบต่อการบริจาคเงินของอุตสาหกรรมยาสูบเพื่อผลประโยชน์ด้านการประชาสัมพันธ์นั้น รวมถึง

“ถ้าอุตสาหกรรมยาสูบต้องการแก้ปัญหา อย่างจริงจังเกี่ยวกับปัญหาความรุนแรงภายในประเทศอุตสาหกรรมยาสูบควรจ่ายเงินบริจาคเพื่อการ กุศลทั้งหมดสำหรับแก้ปัญหาดังกล่าวโดยไม่ต้อง โฆษณาว่าตนเองเป็นองค์กรที่ดีอย่างไร

การบริจาคเงินเพื่อแก้ปัญหาความรุนแรง ภายในประเทศนั้นเป็นงานธรรมดาสมาชิกชั้นหนึ่ง ที่ อยู่ในโฆษณาของบริษัท ฟิลลิป มอร์ริส จุดประสงค์ในการทำการบริจาคตือต้องการทำการ โฆษณา ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าละอาย” ใน พ.ศ.2544 ในสหราชอาณาจักร บริษัท บริติช อเมริกัน บริจาคเงิน 3.8 ล้านปอนด์ ให้แก่มหาวิทยาลัยนอร์ติงแฮมสำหรับศูนย์ ความรับผิดชอบต่อสังคมนานาชาติ (International Center for Corporate Social Responsibility) เป็นผล ให้คณาจารย์จำนวนมากรวมถึงทีมนักวิจัยโรคมะเร็งลา ออกจากมหาวิทยาลัยเพื่อทำการประท้วง นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้สนับสนุน ด้านการเงินรายอื่นๆ⁸



บรรดาผู้ที่แสวงหาผลกำไรจากการขายผลิตภัณฑ์ยาสูบ “การรับผิดชอบต่อสังคมเป็นการวางแผนอย่างมีเจตนาและอย่างแยบยลเพื่อส่งเสริมหรือสนับสนุนให้ติดยาและตายก่อนวัยอันควร” ต้องการสร้างความเข้าใจว่าบริษัทยาสูบไม่ได้แย่งไปเสียหมด⁹ ดังนั้นบริษัทยาสูบสร้างจุดยืนด้วยการสร้างโครงการคืนกำไรให้กับสังคมเพื่อแสดงให้เห็นว่าพวกเขาขานรับต่อค่านิยมทางสังคมผ่านกลไกหลายประการ เช่น งานการกุศล หรือยกตัวอย่างกรณีการทำ ‘ความดี’ การประชาสัมพันธ์หรือแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจของพวกเขาโดยการกล่าวถึงความคาดหวังและความจำเป็นของผู้อื่น ตลอดจนพัฒนาชุมชนหรือจัดหาทรัพยากรต่างๆ ให้กับชุมชน โครงการที่พบมากที่สุดที่อุตสาหกรรมยาสูบได้เคยลงทุนมาแล้วจะเป็นโครงการที่พยายามต่อต้านสามัญสำนึกความรับผิดชอบต่อชีวิตซึ่งอุตสาหกรรมยาสูบจะทำทุกอย่างเพียงเพื่อขายบุหรี่ โครงการเหล่านี้ประกอบไปด้วย

- โครงการป้องกันเยาวชนสูบบุหรี่
- โครงการป้องกันการเข้าถึงยาสูบของเยาวชน
- และโครงการเลิกบุหรี่ จากการศึกษาโครงการต่างๆ เหล่านี้พบว่า

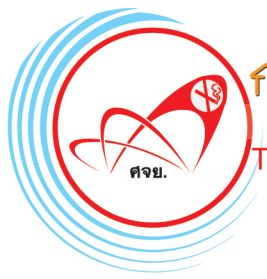
โครงการเหล่านี้มีข้อบกพร่องที่ทำให้เกิดความล่าช้าหรือเป็นอุปสรรคต่อการใช้กฎหมายข้อบังคับสำหรับอุตสาหกรรมยาสูบ ซึ่งสถาบันตัวแทนด้านสาธารณสุข (The Public Health Advocacy Institute) มีการสัมมนาออนไลน์ (Webinar) และนโยบายแบบย่อที่อภิปรายเกี่ยวกับอุตสาหกรรมยาสูบใช้โครงการเหล่านี้อย่างไรเพื่อก่อให้เกิดความล่าช้าและลบล้างข้อกฎหมายและกฎข้อบังคับ¹⁰ อุตสาหกรรมยาสูบใช้จ่ายเงินกับโครงการเหล่านี้เพียงเพื่อให้ได้เปรียบเชิงยุทธศาสตร์กับผู้ออกนโยบาย แม้ว่าอุตสาหกรรมยาสูบจะนำความรับผิดชอบต่อสังคมมาใช้เพื่อจัดการความเสี่ยงที่ต้องเปิดเผยข้อมูลการกระทำผิดและสร้างคุณค่าให้แก่บริษัทแต่ส่วนสำคัญแล้วอุตสาหกรรมยาสูบพยายามต่อสู้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือผ่านงานการกุศลโครงการคืนกำไรให้กับสังคมซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายที่จะสร้าง “ทำดี”



เมื่อโดยธรรมชาติแล้วเป็นสิ่งไปไม่ได้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายนั่นเอง ดังนั้นเขาจึงต้องการมุ่งทำการตลาดกับลูกค้าหรือประเทศที่ต้องจำยอม¹¹

กล่าวโดยสรุปได้ว่าเป็นเรื่องง่ายมากหากจะดูว่าใครไม่รับผิดชอบต่อผลพวงที่เกิดขึ้นภายหลังจากผลิตภัณฑ์ของเขา โดยดูผ่านระบบบริหารจัดการและความรับผิดชอบต่อเขาในทางจิตศาสตร์อุตสาหกรรมยาสูบเชี่ยวชาญและไม่ยึดติดกับเรื่องศีลธรรมเพียงเพื่อดำรงไว้ซึ่งยอดขายในผลิตภัณฑ์อันตรายให้มากที่สุดและผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ยังคงมีขายอยู่ในตลาดทั่วไป¹² ในความเป็นจริงแล้วอุตสาหกรรมยาสูบพยายามตลอดมาเพื่อแสดงให้เห็นว่าพวกเขามีความรับผิดชอบต่อสังคมด้วยจัดให้มีการตรวจสอบผลิตภัณฑ์โดยจัดให้มีการประชุมองค์กรตรวจสอบมาตรฐานผลิตภัณฑ์ (Industrial Standards Organization) เพื่อทำการตรวจสอบผลิตภัณฑ์แน่นอนที่สุดแน่ใจได้โดยวิธีวิธีนี้มีความเป็นไปได้เพราะว่าอุตสาหกรรมยาสูบมีอิทธิพลต่อการพัฒนามาตรฐานซึ่งเป็นข้อบกพร่องที่กล่าวในตอนแรกอยู่แล้ว

ด้วยเหตุนี้จึงเป็นเรื่องง่ายที่พวกเขาจะอ้างว่าพวกเขาเป็นบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมจากการประชุมไม่มีมาตรฐานนี้¹³



เมื่อเร็วๆ นี้ไอเอสโอ (ISO) ได้พัฒนามาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคม (ISO 26000) และใช้การเปรียบเทียบรายการทั้ง 2 รายการก่อนหน้านี้เป็นหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติในการกำหนดมาตรฐาน ด้วยเหตุที่ว่ามาตรฐานนั้นไม่มีกระบวนการออกใบรับรอง (ไม่มีใครตรวจสอบว่าหลักการและขอบเขตดังกล่าวนั้นเป็นบรรทัดฐานประสังคมหรือไม่) มันเป็นเรื่องที่ง่ายที่อุตสาหกรรมยาสูบจะอ้างว่าได้บรรลุแนวปฏิบัติตามหลักการบริหารจัดการแบบมาตรฐานแล้วในขณะที่พวกเขาไม่ผ่านหลักเกณฑ์ขั้นพื้นฐานด้านความน่าเชื่อถือและหลักจรรยา ความรับผิดชอบต่อสังคมแบบหลอกลวงจากอุตสาหกรรมยาสูบมีอยู่เรื่อยมาได้นั้นเพราะอุตสาหกรรมยาสูบได้ดำเนินตามหลักการ มันเป็นเกมส์ที่ถูกออกแบบโดยอุตสาหกรรมยาสูบซึ่งพวกเขาแน่ใจว่าพวกเขาเป็นผู้ชนะอย่างแน่นอน



References

- ¹ Williams CA, Aguilera RV. 2008. Corporate social responsibility in a comparative perspective. Chapter 20 in: Crane A, McWilliams A, Matten D, Moon J and Siegel DS. (Eds.) *Handbook of Corporate Social Responsibility*. Oxford: Oxford University Press, 2008.
- ² Tay E. 2011. Introducing ISO 26000- Guidance on social responsibilities. *Green Business Times. com*. Accessed 28 July 2011 at: http://www.smu.edu.sg/news_room/smu_in_the_news/2011/sources/GBT_20110316_1.pdf
- ³ Australian Health News Research Collaboration. 2010. Global survey shows tobacco is world's least reputable industry. 16 June 2011. Accessed 28 July 2011 at: <http://www.acosh.org/resources/Globalindustrysurvey.pdf>
- ⁴ Brandt AL. 1998. Ethics Expert: Tobacco Industry Unethical: Company Documents Suggest Industry Violated Business Ethics. Associated Press news release, October 28, 1998.
- ⁵ Tobacco Control Legal Consortium. 2006. The verdict is in: Findings from US versus Philip Morris. Accessed July 28, 2011 at: <http://publichealthlawcenter.org/topics/special-collections/verdict-findings-united-states-v-philip-morris-collection>
- ⁶ McDaniel PA, Malone RA. 2009. The role of corporate credibility in legitimizing disease promotion. *American Journal of Public Health*. 2009;99:452-61.
- ⁷ Dorfman L. Philip Morris Puts Up Good Citizen Smokescreen. Posted on AlterNet, November 27, 2000. Accessed on July 28, 2011 at: http://www.alternet.org/story/10129/philip_morris_puts_up_good_citizen_smokescreen/
- ⁸ Chapman S, Shatenstein S. 2001. (Editorial) The ethics of the cash register: taking tobacco research dollars. *Tobacco Control*. 2001; 10: 1-2.
- ⁹ Zeller M. 2003. Hypocrisy in the extreme: the public and private statements of the tobacco industry on matters of choice and addiction. Presented at the 12th World Conference on Tobacco or Health (WCTOH), Helsinki, Finland, August 4, 2003.
- ¹⁰ Friedman LC. 2010. Tag! You're It: How Big Tobacco Shifts Blame Back onto the public. Public Health Advocacy Institute Webinar Presentation, June 29, 2010 at Northeastern University School of Law, Boston, Massachusetts. Accessed at: http://www.phaionline.org/wp-content/uploads/2010/06/PHAI_CSR_Webinar.pdf on July 28, 2011.
- ¹¹ Callard C, Thompson D, Collishaw N. 2006. Curing the addiction to profits: A supply-side approach to phasing out tobacco. Ottawa: Canadian Centre for Policy Alternatives.
- ¹² White J, Bandura A, Bero LA. 2009. Moral disengagement in the corporate world. *Accountability in Research*. 2009;16(1):41-74.
- ¹³ Bialous SA, Yach D. 2001. Whose standard is it anyway? How the tobacco industry determines the International Organization for Standardization (ISO) standards for tobacco and tobacco products. *Tobacco Control*. 2001; 10: 96-104.



งานวิจัยในประเทศ

การประมวลองค์ความรู้และกรณีศึกษาจากในประเทศ

เกี่ยวกับการดำเนินการในลักษณะองค์การเพื่อสังคมโดยอุตสาหกรรมยาสูบ

ผศ.ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์

ภายใต้การทำงานโครงการวิจัย “การประมวลองค์ความรู้และกรณีศึกษาจากในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับการดำเนินการในลักษณะองค์การเพื่อสังคมโดยอุตสาหกรรมยาสูบ”¹

โดยทำการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมยาสูบใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์การประชาสัมพันธ์เพื่อลดกระแสต่อต้านจากสังคมและสร้างความน่าเชื่อถือในระดับชาติและระดับสากล

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมการเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคมเป็นเครื่องมือทางการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีสำหรับองค์กรโดยมีเป้าประสงค์ในการโน้มน้าวผู้กำหนดนโยบายและการมีอิทธิพลเหนือนโยบายสาธารณะ

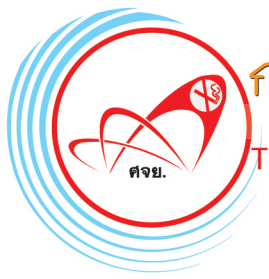
รายงานการวิเคราะห์ขององค์การอนามัยโลกสรุปได้ว่า การทำกิจกรรมเพื่อสังคมและอุตสาหกรรมยาสูบเป็นสิ่งที่ขัดแย้งกันระหว่างพฤติกรรมของการมีจริยธรรมและการขายผลิตภัณฑ์แห่งความตาย

ดังนั้น การใช้มาตรา 5.3 ในกรอบอนุสัญญาการควบคุมยาสูบขององค์การอนามัยโลกเป็นสิ่งจำเป็นในการควบคุมอุตสาหกรรมยาสูบอย่างมีประสิทธิภาพ

การควบคุมการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมของอุตสาหกรรมยาสูบ คือ

- ห้ามการมีผลประโยชน์ทับซ้อนสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งและดำเนินการตามนโยบายการควบคุมยาสูบ
- ป้องกันมิให้รัฐบาลเป็นพันธมิตร หรือร่วมมือกับอุตสาหกรรมยาสูบ ห้ามอุตสาหกรรมยาสูบบริจาคเงินหรือมอบสิ่งของ อุปกรณ์ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้แก่เจ้าหน้าที่ของรัฐ หรือองค์กร หน่วยงานและสถาบันของรัฐ
- ภาครัฐควรหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์กับอุตสาหกรรมยาสูบและตั้งกฎที่เข้มงวดถ้าหากจำเป็นที่จะต้องพบกับผู้แทนจากอุตสาหกรรมยาสูบ
- ถ้าหากจะมีการพบกันระหว่างผู้แทนจากภาครัฐและอุตสาหกรรมยาสูบ ต้องทำให้เกิดความโปร่งใส
- ปฏิเสธกิจกรรม ‘การเป็นองค์กรธุรกิจเพื่อสังคม’ โดยอุตสาหกรรมยาสูบ
- การทำให้อุตสาหกรรมยาสูบไม่เหมือนองค์กรธุรกิจทั่วไป เพราะไม่มีความน่าเชื่อถือทางสังคม

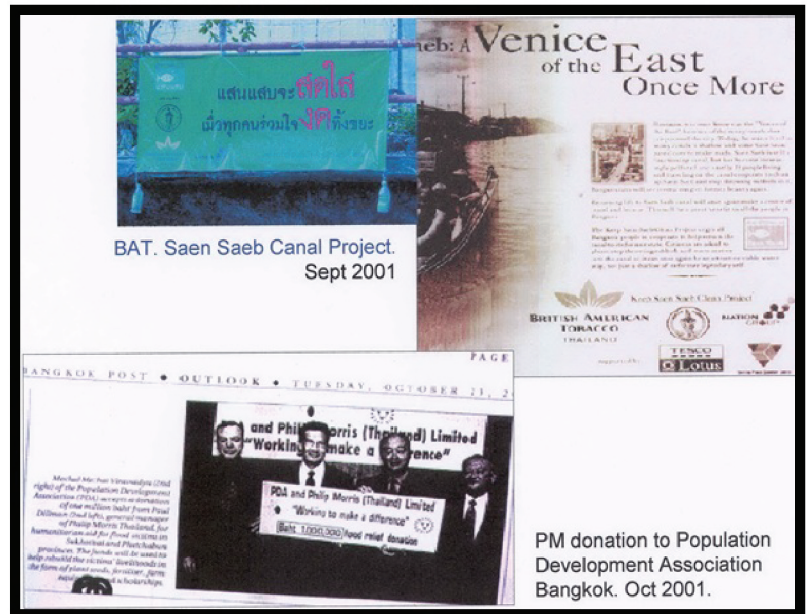
¹ ผศ.ดร.นิทัศน์ ศิริโชติรัตน์. (2553). การประมวลองค์ความรู้และกรณีศึกษาจากในประเทศและต่างประเทศเกี่ยวกับการดำเนินการในลักษณะองค์การเพื่อสังคมโดยอุตสาหกรรมยาสูบ



กรณีศึกษาการควบคุมอุตสาหกรรมยาสูบในประเทศไทยที่ประสบความสำเร็จ

ถึงแม้มาตรการในการสร้างนโยบายสาธารณะ เช่น กรอบอนุสัญญาการควบคุมยาสูบ มาตรา 5.3 จะเป็นสิ่งที่จำเป็นในการควบคุมพฤติกรรมองค์กรของ อุตสาหกรรมยาสูบแต่การเฝ้าระวังจากภาคประชาสังคม และการดำเนินการตามกฎหมายหรือการใช้กระแสนิยมเป็นปัจจัยที่จำเป็นเช่นกัน ตัวอย่างกรณีศึกษามีดังต่อไปนี้

โครงการร่วมกันรักษาคลองแสนแสบให้สดใส บริษัท บริทิช อเมริกันโทแบคโค²



เมื่อนายแพทย์หทัย ชิตานนท์ ประธานสถาบันส่งเสริมสุขภาพไทยได้ทำการสืบค้นความเป็นมาของโครงการจากเครือข่าย เนชั่น กรุ๊ป และพบว่าโครงการนี้บริษัท บริทิช อเมริกันโทแบคโคเป็นผู้สนับสนุนหลักโดยอุตสาหกรรมยาสูบจะได้รับประโยชน์จากการโฆษณา เผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ ในสื่อต่างๆ ทั้งทางหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และวิทยุ ซึ่งจะได้รับการยอมรับจากสาธารณะ ในการทำโครงการเพื่อสังคมดังกล่าว ซึ่งนับเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่ บริษัท บริทิช อเมริกัน โทแบคโค จัดทำโครงการเพื่อสังคม โดยคาดหวังว่าจะประสบความสำเร็จและจะดำเนินโครงการเพื่อสังคมต่อไปในอนาคต



หลังจากที่นายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ ได้ส่งจดหมายถึงประธานเครือข่าย เนชั่น กรุ๊ป พร้อมทั้งส่งเอกสาร 'ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ บริษัท บริทิช อเมริกันโทแบคโค' ซึ่งเป็นหลักฐานว่าอุตสาหกรรมยาสูบดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และกลบเกลื่อนความจริงที่เลวร้ายของอุตสาหกรรมยาสูบซึ่งถูกเปิดโปงโดยเอกสารภายในของตนเองโครงการดังกล่าวได้ยุติลง



แต่ภายในสามเดือนหลังจากโครงการคลอแอสแนสแบบ
ยุติลง บริษัท บริทิช อเมอิกันโทแบคโค เป็นผู้อุปถัมภ์รายการ
นิทรรศการพิเศษ ผ้าทอไทย ซึ่งนายแพทย์ หทัย ชิตานนท์
ส่งจดหมาย พร้อมทั้งเอกสาร ‘ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับบริษัท บริทิช
อเมอิกัน โทแบคโค’ไปยังประธานโครงการพิเศษของพิพิธภัณฑ์
สถานแห่งชาติ

นับจากวันนั้นจนถึงปัจจุบัน (มกราคม 2553)
ยังไม่มีข่าวว่า บริษัท บริทิช อเมอิกันโทแบคโค เป็นผู้อุปถัมภ์
รายการใดๆในประเทศไทยอีก



การบริจาคเพื่อสาธารณะของบริษัท ฟิลิป มอริส³



วันที่ 10 ตุลาคม 2546 มีข่าวทางโทรทัศน์ และวิทยุว่ารองนายกรัฐมนตรี
เป็นประธานในการรับมอบเงินจาก บริษัท ฟิลิป มอริส ซึ่งได้บริจาคให้กรม
ประชาสัมพันธ์ 3 ล้านบาท เงินจำนวนนี้จะใช้ในการผลิตรายการสอนภาษาอังกฤษ
เพื่อออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 ของกรมประชาสัมพันธ์ โดยมีวัตถุประสงค์
เพื่อที่จะสอนคนขับรถแท็กซี่และประชาชนทั่วไปให้ฟังและพูดภาษาอังกฤษได้
อันจะช่วยให้ทำหน้าที่ต้อนรับแขกเมืองที่จะมาประชุม APEC ได้ดีขึ้น

เมื่อนายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ ได้ฟังและเห็นพฤติกรรมของอธิบดีกรม
ประชาสัมพันธ์และรองนายกรัฐมนตรี จึงคิดว่าเหตุการณ์เช่นนี้จะปล่อยให้ดำเนิน
การต่อไปไม่ได้เพราะจะทำให้พ่อค้าบุหรี่ยาเสพติดสามารถทำให้สาธารณชนเห็นว่า
บุหรี่ยาเสพติดเป็นสินค้าปกติ สามารถ ‘ฟอก’ ชื่อของตนที่คนส่วนใหญ่เห็นว่า ‘สกปรก’
ในฐานะขายความตายให้แก่พลโลกหลายล้านคนต่อปี และที่สำคัญก็คือ สามารถ
ทำความเข้าใจกับข้าราชการระดับสูง และนักการเมืองคนสำคัญของประเทศ

นายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ จึงโทรศัพท์ไปหาผู้สื่อข่าวหนังสือพิมพ์มติชน
อธิบายให้ฟังว่าการออกมาประกาศถึงการบริจาคของบริษัทบุหรี่ยาเสพติดเป็นความผิด
ตามมาตรา 8 ของ พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ พ.ศ.2535 คือเป็นการกระทำที่
ทำให้ประชาชนเห็น (ทางโทรทัศน์) และทราบข้อความ (ทางสื่อสิ่งพิมพ์) เพื่อประ
โยชน์ทางการค้า (ของบริษัท ฟิลิป มอริส) จึงขอให้เจ้าหน้าที่กระทรวงสาธารณสุข
ซึ่งเป็นพนักงานรักษากฎหมายนี้ดำเนินคดีกับบุคคลทั้งสอง ผลคือหนังสือพิมพ์
มติชนลงข่าวหน้าหนึ่ง

³ หทัย ชิตานนท์ ‘ขัดขวางการบริจาคของบริษัท ฟิลิป มอริสให้แก่การประชุมสุดยอด APEC’ สถาบันส่งเสริมสุขภาพไทย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ



มติชนคงส่งข่าวนี้ให้ฉบับอื่นๆ ด้วยจึงได้มีการลงข่าวนี้ตาม ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์, THE-NATION, และบางกอกโพสต์ การที่หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งสองฉบับลงข่าวนี้นี้ก็เป็นที่น่าพอใจว่าเรื่องราวที่เกิดขึ้นจะแพร่หลายไปตามแหล่งข่าวต่างๆ ทั่วโลก



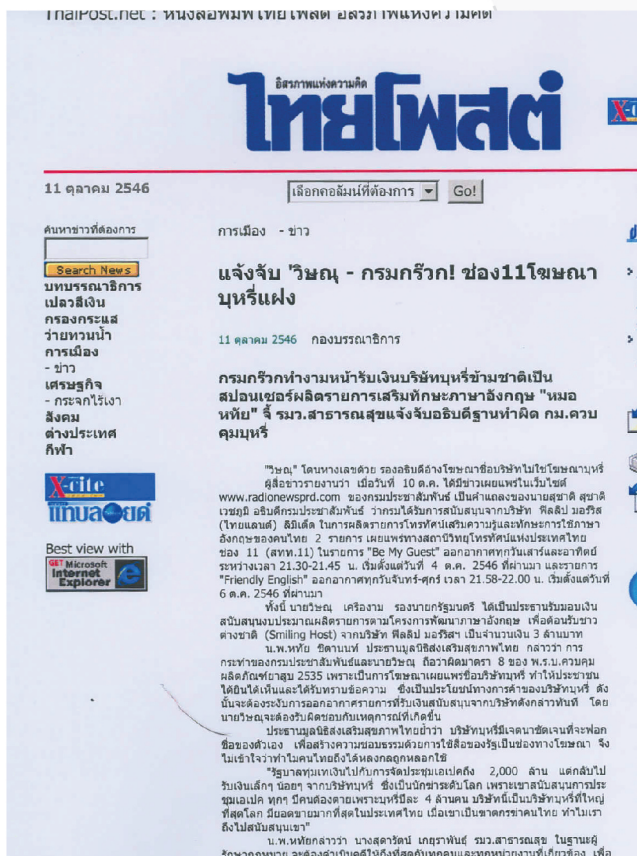
การที่หนังสือพิมพ์ลงเป็นข่าวหน้าหนึ่งได้ ก่อให้เกิดความสนใจกระจายไปตาม สื่อ, หน่วยราชการ, และองค์กรกฎหมายต่างๆ จึงมีข่าวออกมาอย่างต่อเนื่อง

นสพ.ไทยรัฐซึ่งไม่เคยลงข่าวนี้อย่างต่อเนื่องตั้งแต่เกิดเรื่อง เป็นฉบับแรกที่ลงข่าวการถอยของกรมประชาสัมพันธ์ โดยบริษัทบุญหรือมอไม่โฆษณาชื่อของผู้บริจาค หมายความว่า ฟิลิปมอริสยอมทิ้งเงิน 3 ล้านบาทไปโดยไม่บรรลุวัตถุประสงค์สำคัญที่สุดของการบริจาค นั่นก็คือการโฆษณา 'ความใจบุญ' ของบริษัท

ในที่สุด บริษัทบุญหรือมอไม่ขนาดใหญ่ที่สุดของโลกก็ต้องพ่ายแพ้ในประเทศไทย

“...ต้องยอมรับว่าไทยเป็นประเทศที่มีกฎหมายที่เข้มงวด และมีระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจนในเรื่องการโฆษณาเมื่อเทียบกับประเทศในยุโรป คาดว่าหลังจากที่ประเทศต่างๆ ลงนามในกรอบอนุสัญญาควบคุมการบริโภคยาสูบ (FCTC) แล้ว กฎหมายที่จะออกมาควบคุมการโฆษณาประชาสัมพันธ์จะเข้มงวด มากขึ้น”

นายพอล ดินแมน ผู้จัดการใหญ่ประจำประเทศไทยและอินโดจีน บริษัทฟิลิป มอริส (ไทยแลนด์) ลิมิเตดกล่าว





โครงการประกวดภาพวาดอาเซียน

บริษัท ฟิลิป มอริส

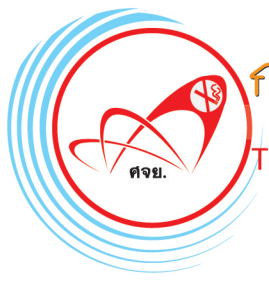
ระหว่างวันที่ 2-4 สิงหาคม พ.ศ. 2547 บริษัท ฟิลิป มอริส เป็นผู้อุปถัมภ์การจัดการประกวดภาพวาดอาเซียน ที่กรุงเทพฯ และเป็นการจัดงานครบรอบ 10 ปีที่มีการจัดประกวดภาพวาดอาเซียน ก่อนจะถึงวันจัดงานดังกล่าว นายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ ได้จัดทำงานวิจัยเอกสาร ‘**เหตุผลที่แท้จริงของ บริษัท ฟิลิป มอริส ในการอุปถัมภ์การประกวดภาพวาดอาเซียน**’ ซึ่งบ่งชี้ว่าเป็นการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ยาสูบ และเพื่อเข้าถึงเจ้าหน้าที่ของรัฐระดับสูงในประเทศสมาชิก อาเซียน

ก่อนวันจัดงานประกวดภาพวาดอาเซียน นายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ ได้ส่งจดหมาย และเอกสาร ‘เหตุผลที่แท้จริงของ บริษัท ฟิลิป มอริส ในการอุปถัมภ์การประกวดภาพวาดอาเซียน’ ไปให้นายกรัฐมนตรี ผ่านทางรัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุข และท่านประธานองคมนตรี



ในวันพิธีเปิดการประกวดภาพวาดอาเซียน ที่หอศิลป์ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ นำกลุ่มเยาวชน ทั้งไทยและอเมริกันเพื่อประท้วงบริษัท ฟิลิป มอริส นายกรัฐมนตรีซึ่งจะต้องมาเป็นประธานในพิธีเปิด ไม่ได้มาร่วมในพิธีดังกล่าว

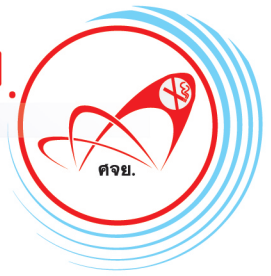
⁴ หทัย ชิตานนท์ ‘ขัดขวางการบริจาคของบริษัท ฟิลิป มอริส ให้แก่การประชุมสุดยอด APEC’ สถาบันส่งเสริมสุขภาพไทย มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ



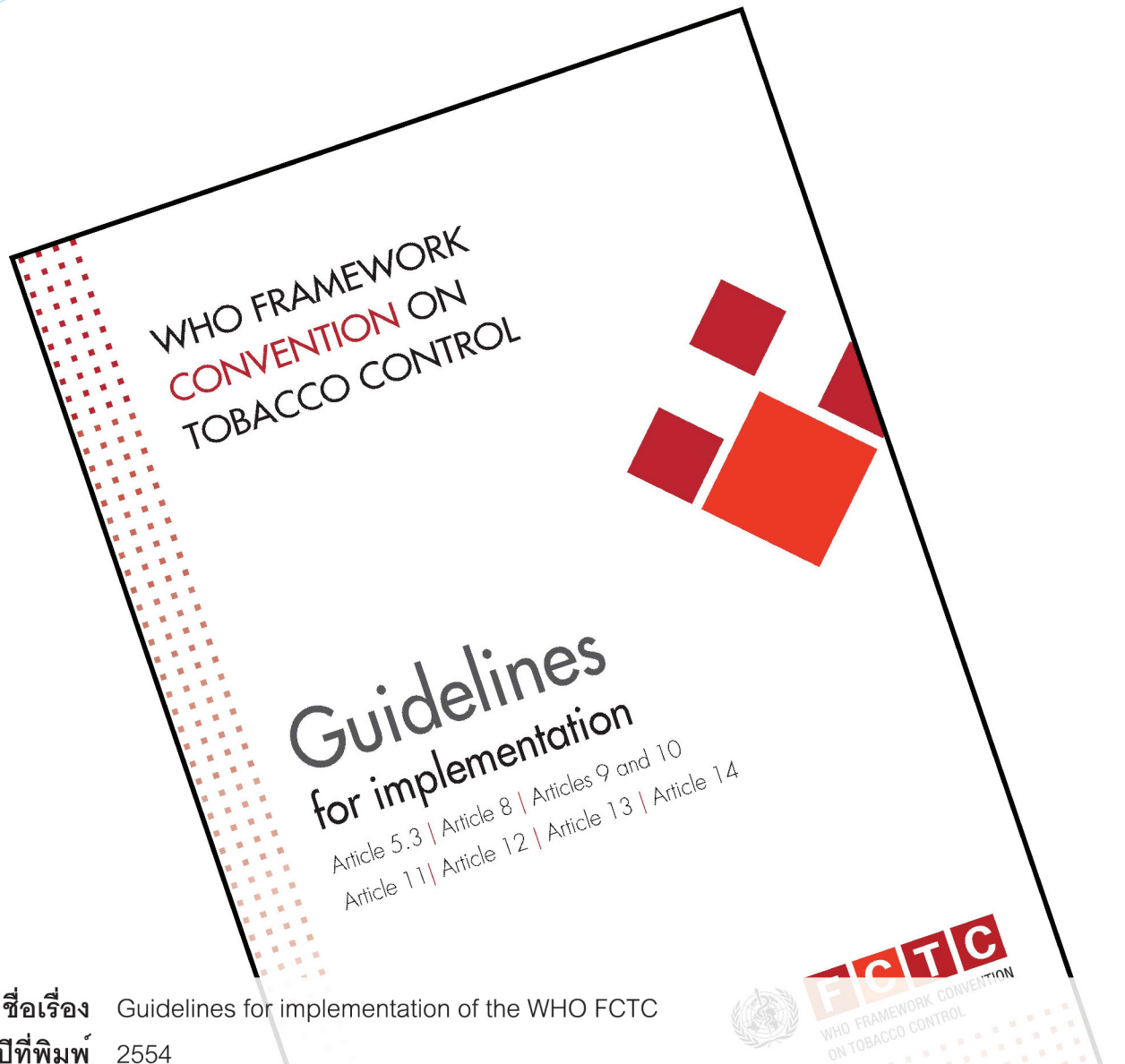
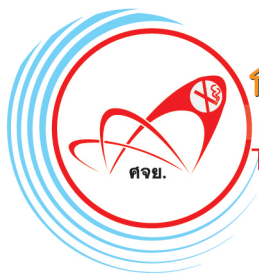
ในวันต่อมา ผู้จัดการประกวดนำศิลปินจากประเทศมาชิกอาเซียน ไปยังอุทยานประวัติศาสตร์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา นายแพทย์ หทัย ชิตานนท์ ได้นำกลุ่มเยาวชนทั้งไทยและอเมริกัน ไปยังอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย แต่ในวันดังกล่าวผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ได้มาร่วมงานประกวดภาพวาดอาเซียน

โดยสรุป การจัดงานประกวดภาพวาดอาเซียนครั้งนี้ ที่กรุงเทพฯและอยุธยา อุดสาหกรรมยาสูบใช้งบประมาณ 600,000 ดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 24 ล้านบาท ในการฉลองครบรอบ 10 ปีของการประกวดภาพวาดอาเซียน แต่ไม่ประสบความสำเร็จในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์จากสาเหตุต่อไปนี้

1. นายกรัฐมนตรี ไม่ได้มาเป็นประธานในพิธีเปิด
2. ผู้ว่าราชการจังหวัดพระนครศรีอยุธยาไม่ได้มาร่วมงาน แต่ให้รองผู้ว่าฯ มาแทน
3. พลเอก เปรม ติณสูลานนท์ ไปร่วมงานเลี้ยงที่โรงแรมเซางกริลลา ซึ่งเป็นงานเลี้ยงภายในและสื่อสารมวลชนไม่ได้รับเชิญไปทำข่าว
4. การประท้วงบริษัท ฟิลิป มอริส โดยเยาวชนทั้งไทยและอเมริกัน นับเป็นครั้งแรกในประเทศไทย
5. กลยุทธ์ที่หลากหลาย รวมทั้งความร่วมมือจากนักการเมืองที่ไม่มาร่วมงานครั้งนี้ของอุตสาหกรรมยาสูบ นับแต่นั้นมา บริษัท ฟิลิป มอริส ล้มเลิกการจัดงานประกวดภาพวาดอาเซียน



- ชื่อเรื่อง** Global estimate of the burden of disease from second-hand smoke
- ปีที่พิมพ์** 2554
- สาระสำคัญ** หนังสือเล่มนี้เป็นผลงานร่วมของ Tobacco Free Initiative (TFI) และ the Public Health and Environmental Department (PHE) องค์การอนามัยโลก
- หนังสือจะนำเสนอการคาดการณ์ภาระโรคที่เกิดขึ้นจากควันบุหรี่มือสอง โดยจำแนกตามเพศ กลุ่มอายุ และภูมิภาคซึ่งแบ่งย่อยเป็น 14 ภูมิภาค ซึ่งพบว่า ในภาพรวมทั่วโลก พบว่ามีความสูญเสียทางสุขภาพจากภาระโรคที่เกิดจากควันบุหรี่มือสอง ประมาณ 10.9 ล้าน ปีสุขภาพดี (DALYs)



ชื่อเรื่อง Guidelines for implementation of the WHO FCTC

ปีที่พิมพ์ 2554

สาระสำคัญ หนังสือเล่มนี้รวบรวมแนวทางปฏิบัติตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบ องค์การอนามัยโลก ซึ่งได้รับการรับรองจากที่ประชุมสมัชชาภาคีอนุสัญญา (Conference of the Parties) ครั้งที่ 2 (พ.ศ. 2550) ครั้งที่ 3 (พ.ศ. 2551) และครั้งที่ 4 (พ.ศ. 2553) แนวทางปฏิบัติดังกล่าวมีทั้งหมด 7 เรื่อง ได้แก่ แนวทางปฏิบัติตามข้อ 5.3 การปกป้องนโยบายควบคุมยาสูบจากรัฐกิจยาสูบ, ข้อ 8 การคุ้มครองประชาชนจากการได้รับควันบุหรี่, ข้อ 9 และ 10 การควบคุมสารต่างๆ ในผลิตภัณฑ์ยาสูบและการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ยาสูบ, ข้อ 11 การบรรจุหีบห่อและติดป้ายผลิตภัณฑ์ยาสูบ, ข้อ 12 การศึกษา การสื่อสาร การอบรมและการสร้างความตระหนักของสังคม, ข้อ 13 การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการให้การสนับสนุนโดยธุรกิจยาสูบ และข้อ 14 การช่วยให้เลิกยาสูบ



แฉวง ศจย.

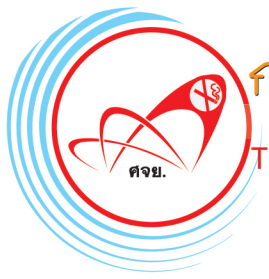
เมื่อวันที่ 8 มิถุนายน 2554 ศจย. ได้จัดการประชุมสัมมนาเรื่อง แนวทางจัดทำโครงการประเมินสถานการณ์เพื่อสนับสนุนจังหวัดปลอดภัย ที่ โรงแรมสยามซิตี้ กรุงเทพฯ โดยประสานงานกัน ระหว่างนักวิจัย นักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับ จังหวัดเพื่อรับทราบปัญหาอุปสรรคในการทำงานควบคุมยาสูบในระดับจังหวัดและเพื่อให้เกิดการหารือแนวทางความร่วมมือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการประเมินจังหวัดปลอดภัย และการทำงานร่วมกับประชาคมจังหวัด มุ่งสู่จังหวัดปลอดภัย



เมื่อวันที่ 17-18 มิถุนายน 2554 ศจย. ร่วมกับกลุ่มวิจัยความอยู่ดี มีสุขและการพัฒนาที่ยั่งยืน มหาวิทยาลัยขอนแก่นและสำนักงาน สาธารณสุขจังหวัดขอนแก่นได้จัดการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ **“บทบาทของชุมชน องค์กร ภาคีเครือข่าย กับการควบคุม ยาสูบ”** ที่โรงแรมเจริญธานี จังหวัดขอนแก่น เพื่อเป็นเวทีในการ แลกเปลี่ยน สร้างการเรียนรู้ ให้กับผู้นำชุมชน องค์กรเครือข่ายและ อบต. จากภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ภาคเหนือและภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ โดยร่วมกันพัฒนาแนวทางการขับเคลื่อนเพื่อ การควบคุมยาสูบจึงเกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ช่วงเช้าวันที่ 13 กรกฎาคม 2554 ศจย. ได้จัดการเสวนาการควบคุมยาสูบในสถานศึกษา ที่โรงแรมสยามซิตี้ มีผู้ร่วมประชุมจาก หลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม และนักวิชาการและสื่อมวลชน โดยร่วมกันแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ด้านการควบคุมยาสูบสถานศึกษา เพื่อกล่าวถึงปัญหาและแนวทางการป้องกันเยาวชนจากยาสูบ โดยเน้นความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและได้มีการเปิดตัวหนังสือ **“มายา ยาสูบ”** โดยมีเนื้อหา เพื่อให้เยาวชน เกิดความรู้ ความเข้าใจ พิษภัยจากยาสูบทุกชนิด ความเข้าใจผิดเกี่ยวกับยาสูบ เพื่อทำให้เยาวชนเกิดความตระหนัก และไม่ตกเป็นเหยื่ออุตสาหกรรมยาสูบ





บ่ายวันที่ 13 กรกฎาคม 2554 ศจย. ได้จัดประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในกลุ่มศึกษานโยบายยาสูบ ด้านพฤติกรรม สังคมและการสื่อสาร และด้านการควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบที่ ศจย. โดยมีผู้ร่วมประชุมจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม และนักวิชาการ ซึ่งมีการนำเสนอผลงานวิจัยที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กันในกลุ่มดังกล่าว เช่น

“การสำรวจสถานการณ์และส่วนประสมทางการตลาดการบริโภคผลิตภัณฑ์ยาสูบรูปแบบใหม่ในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น”

เป็นต้น ซึ่งองค์ความรู้เหล่านี้มาผลักดันเพื่ออุดช่องว่างนโยบายการควบคุมยาสูบต่อไป



เมื่อวันที่ 24-26 สิงหาคม 2554 ศจย. ร่วมกับเครือข่ายที่ทำงานด้านการควบคุมยาสูบ ได้จัดการประชุมวิชาการบูรณาการกับสุขภาพแห่งชาติ ครั้งที่ 10 เรื่อง **“FCTC เพื่อสังคมไทยไร้ควันบุหรี่”** และการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยและโปสเตอร์เพื่อการควบคุมยาสูบ ที่โรงแรมมิราเคิล แกรนด์ คอนเวนชั่น

โดยมีผู้ร่วมประชุมจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาสังคม นักวิชาการ และสื่อมวลชน ซึ่งข้อสรุปจากการประชุมครั้งนี้ได้มี **“ปฏิญญา”** ของภาคีเครือข่ายควบคุมยาสูบที่เข้าร่วมประชุมในครั้งนี้ว่าจะมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนให้

“สังคมไทยไร้ควันบุหรี่” สมดังเจตนารมณ์ที่ได้มารวมตัวกันในโอกาสนี้



ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)

วิทยาเขตราชวิถี มหาวิทยาลัยมหิดล

420/1 อาคารอเนกประสงค์ ชั้น 5 ถ.ราชวิถี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร: +662-354-5346 แฟกซ์: +662-354-5347

อีเมลล์: webmaster@trc.or.th