



# TABINFO ASIA 2009

## ขับเคลื่อนแรงต้านผ่าน 5 กลยุทธ์หลัก

กลยุทธ์ที่ 1 การเปิดโปงกิจกรรมแก่สาธารณะ ประกอบด้วยกิจกรรมหลายด้าน เช่น

- การให้ข้อมูลผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เช่น การสร้างเว็บไซต์ต่อต้านงาน การทำจดหมายข่าวออนไลน์ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลสู่สาธารณะ การจัดส่ง viral mail สู่สาธารณะ และร่วมลงชื่อต่อต้านงาน
- การจัดกิจกรรมแสดงพลัง ด้วยการรวบรวมรายชื่อผู้คัดค้านการจัดงาน โดยความร่วมมือของภาคีเครือข่าย
- การจัดทำชุดข้อมูลเผยแพร่เพื่อให้ความรู้ถึงเป้าหมาย และผลกระทบที่จะเกิดขึ้น จากการจัดงาน เอกซ์โปครั้งนี้

กลยุทธ์ที่ 2 การสนับสนุนให้สื่อมวลชนมีบทบาทในการสร้างความตื่นตัวแก่สังคม และนำเสนอต่อสาธารณะ ประกอบด้วยการจัดกิจกรรมสนับสนุนข้อมูลและวิทยากรเพื่อให้สื่อมวลชนเป็นสื่อกลางนำเสนอต่อสาธารณชนในรูปแบบต่างๆ เช่น



ระหว่างวันที่ 11-13 พฤศจิกายน 2552 ภาคธุรกิจยาสูบได้จัดงานเพื่อส่งเสริมการตลาดยาสูบระดับโลกในประเทศไทย ภายใต้ชื่อ งาน TABINFO ASIA 2009 โดยเป็นการจัดงานแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มอุตสาหกรรมยาสูบทุกภาคส่วน ทั้งในส่วนของงานแสดงผลผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และวิธีการในการทำการตลาดในภูมิภาคเอเชีย ภาคเครือข่ายควบคุมยาสูบจึงร่วมกันดำเนินการจัดกิจกรรมภายใต้ “เครือข่ายต้านภัยเอกซ์โปบุหรี่” เพื่อเปิดโปงอุตสาหกรรมยาสูบ และผลักดันรัฐบาลให้ดำเนินการตาม มาตรา 5.3 ตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบโลก FCTC โดยกิจกรรมดังกล่าวได้รับการตอบรับจากสังคมเป็นอย่างดี การถอดบทเรียนการทำงานของเครือข่ายในครั้งนี้ จึงมีคุณค่าอย่างยิ่งต่อการพัฒนางานควบคุมยาสูบในประเทศไทย

## จุดมุ่งหมายและวิธีการศึกษา

การถอดบทเรียนความสำเร็จและจัดทำวิดิทัศน์ เรื่องการต่อต้านงาน TABINFO ASIA 2009 นี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อจัดการองค์ความรู้การดำเนินการต่อต้าน งาน TABINFO ASIA 2009 และเพื่อพัฒนาวิดิทัศน์เผยแพร่องค์ความรู้เรื่องการดำเนินการต่อต้านงาน TABINFO ASIA 2009 ผลงานวิจัยนี้ นอกจากจะนำไปเผยแพร่ความสำเร็จในการตอบโต้อุตสาหกรรมยาสูบ เพื่อพัฒนาศักยภาพคนทำงานแล้ว ยังสามารถนำไปเผยแพร่ในกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ ให้รู้เท่าทันกลยุทธ์อุตสาหกรรมยาสูบอีกด้วย ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมีกรอบการทำงานและศักยภาพเพื่อต่อต้านกลยุทธ์การตลาดใหม่ๆ ของอุตสาหกรรมยาสูบต่อไป

กรอบแนวคิดในการถอดบทเรียนจะใช้ 2 กรอบหลัก คือ Input Process Outcome ของการทำงานนี้โดยยึดแนวคิดหลักตาม ศ.นพ.ประเวศ วะสี “สามเหลี่ยมเขยื้อนภูเขา” โดยจะถอดบทเรียนในแง่ การจัดการสร้างความรู้ข้อมูล การมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมว่าเป็นอย่างไร และมีการเชื่อมต่อทางการเมืองอย่างไร ด้านวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 ท่าน และวิธีวิจัยเอกสาร และนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์เพื่อหาองค์ประกอบหลัก และนำมาผลิตเป็นวิดิทัศน์ขนาดยาว 20 นาที

## “เอกซ์โปบุหรี่” มีพิษสงตรงไหน?

งาน TABINFO ASIA 2009 เป็นการจัดงานแสดงสินค้าที่ใหญ่ที่สุดของกลุ่มอุตสาหกรรมยาสูบทุกภาคส่วน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมยาสูบ ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ และวิธีการในการทำการตลาดในภูมิภาคเอเชีย

การจัดงานลักษณะเช่นนี้ เป็นการส่งเสริมการผลิต การขาย และการบริโภคยาสูบ แม้จะมีได้เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่สาธารณชน แต่เป็นการประกาศให้สังคมเห็นว่ายาสูบเป็นสินค้าปกติเช่นสินค้าอื่น ทั้งๆ ที่สินค้านี้ฆ่าผู้บริโภคถึงปีละ 5 ล้านคน อีกทั้งงานระดับนานาชาติเช่นนี้ เป็นการสร้างโอกาสให้อุตสาหกรรมยาสูบได้สร้างสายสัมพันธ์กับบุคคลสำคัญในรัฐบาล และหน่วยงานภาครัฐของประเทศที่เป็นสถานที่จัดงานอีกด้วย

ด้วยตระหนักถึงข้อเท็จจริงดังกล่าว ประกอบกับการที่ประเทศไทยมีพันธะสัญญาในการปฏิบัติตามกรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบ (FCTC) ขององค์การอนามัยโลก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อลดการบริโภคยาสูบเป็นสำคัญ มูลนิธิรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่ จึงได้เฝ้าระวังกับภาคีเครือข่ายต่างๆ อาทิ เช่น สถาบันส่งเสริมสุขภาพไทย โดย นพ.หทัย ชิตานนท์, สำนักงานควบคุมการบริโภคยาสูบ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข, ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ, เครือข่ายนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่แห่งประเทศไทย (SEATCA), เครือข่ายวิชาชีพสาธารณสุข 17 องค์กร, ชมรมแพทย์ชนบท รวมทั้งนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและด้านสาธารณสุข ดำเนินการจัดกิจกรรมเพื่อตอบโต้งานดังกล่าวขึ้น เพื่อลดทอนผลกระทบที่จะมีต่อการควบคุมการบริโภคยาสูบของประเทศไทย และเพื่อเป็นบทเรียนแก่ประเทศเพื่อนบ้านในการเตรียมรับมือกับการจัดงานลักษณะเช่นนี้ในอนาคต

- การตั้งทีมโฆษก หรือ วิทยากรหลัก (Speaker) เพื่อเป็นแหล่งให้ข้อมูลสำหรับสื่อ
- การจัดทำข่าว บทความเผยแพร่ทางหนังสือพิมพ์อย่างต่อเนื่อง
- การประสานงานรายการวิเคราะห์ข่าวด้านเศรษฐกิจ เพื่อเป็นประเด็นสนทนา ในรายการวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวสำหรับสื่อทุกแขนง
- การจัดการแถลงข่าว

### กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างความตระหนักและมีส่วนร่วมของภาครัฐ

กิจกรรมในส่วนนี้ดำเนินการสอดคล้องตามกรอบกฎหมายและมาตรการของรัฐ ดังนี้

- กรอบอนุสัญญาว่าด้วยการควบคุมยาสูบ (FCTC) ขององค์การอนามัยโลก ประสานงานกับ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข เพื่อเรียกร้องให้หน่วยงานราชการทุกหน่วย รวมถึงข้าราชการประจำและนักการเมือง ปฏิบัติตามแนวทางของ มาตรา 5.3 ของ FCTC
- กฎหมายควบคุมยาสูบของไทย สนับสนุนการป้องกันและติดตามการกระทำที่ผิดกฎหมายตาม พ.ร.บ.ควบคุมผลิตภัณฑ์ยาสูบ และ พ.ร.บ.คุ้มครองสุขภาพผู้ไม่สูบบุหรี่ ในการจัดงาน TABINFO โดยการทำจดหมายแจ้งไปยังผู้บริหารสถานที่จัดงาน

กลยุทธ์ที่ 4 การประสานงานกับเครือข่ายต่างประเทศ เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์จากต่างประเทศ และแสวงหาเป็นแนวร่วมในการเคลื่อนไหว เช่น การขับเคลื่อนเครือข่ายแลกเปลี่ยนข้อมูล และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ที่เกี่ยวข้อง

### กลยุทธ์ที่ 5 การจัดกิจกรรมตอบโต้ในระหว่างวันจัดงานเอ็กซ์โป เช่น

- การส่งคณะทำงานเข้าไปเก็บข้อมูลและจัดทำรายงานในงาน
- การประมวลข้อมูลและเปิดโปงการกระทำผิดกฎหมายต่อสาธารณชน เป็นประจำวันทุกวันต่อเนื่องตลอดช่วงการจัดงาน
- การจัดกิจกรรมรณรงค์ให้ความรู้และสร้างกระแสที่บริเวณหน้าสถานที่จัดงาน เช่น การแสดงละคร การระดมเครือข่ายร่วมกันประท้วงอย่างสงบ โดยการสวมใส่เสื้อที่มีข้อความเดียวกัน

## ดอกผลจากแรงขับเคลื่อน

จากการดำเนินกิจกรรมตาม 5 กลยุทธ์ข้างต้นนี้ พบว่า เกิดผลไปสู่ทิศทางตามเป้าหมาย ผลที่สำคัญ ได้แก่

- โรงงานยาสูบเปลี่ยนจากบุทแสดงบุหรีเป็นบุทส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย
- ผู้เข้าร่วมงานมีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับงานลักษณะเดียวกัน
- รัฐ โดยกระทรวงสาธารณสุข ดำเนินคดีกับผู้จัดงาน
- หน่วยงานภาครัฐตระหนักถึงความสำคัญในการไม่ร่วมกิจกรรมกับอุตสาหกรรมยาสูบ
- ประชาชนมีความตื่นตัวและร่วมกิจกรรมตอบโต้อย่างกว้างขวาง
- สื่อมวลชนเห็นความสำคัญและร่วมสร้างกระแสในสังคม
- เครือข่ายด้านสุขภาพขยายตัวกว้างขวางยิ่งขึ้น และมีความเข้มแข็งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับการรู้เท่าทันธุรกิจยาสูบ ทั้งนี้ เครือข่ายที่มีส่วนร่วมสำคัญมาก คือ กลุ่มนักเรียน นักศึกษา ซึ่งควรมีการยกระดับเรื่องกลยุทธ์การตลาดของบริษัทบุหรี ให้เป็นเรื่องที่มีการส่งเสริมความรู้ให้กับกลุ่มเยาวชนอย่างเข้มแข็งมากขึ้น เพราะจะเป็นเรื่องที่ทำให้สมาชิกรุ่นใหม่ของสังคมไทย เกิดสำนึกในการต่อสู้กับความไม่ยุติธรรม และไม่ต้องการตกเป็นเหยื่อกลยุทธ์การตลาดของบริษัทบุหรี

## ถอดบทเรียนสำคัญ แรงต้านงาน TABINFO ASIA 2009

เมื่อวิเคราะห์ความสำเร็จของงานคัดค้านเอ็กซ์โปบุหรี Tabinfo Asia 2009 พบว่า เกิดจากการประสานงานใน 5 องค์ประกอบ ดังนี้

1. **ภาคประชาสังคม** โดยการตัดสินใจล่ารายชื่อผู้ไม่เห็นด้วย โดยเครือข่ายต่างๆ สามารถสร้างพลังและการรับรู้ในวงกว้าง
2. **ภาคนโยบาย** ได้แก่ การที่นายกรัฐมนตรี ส่งสัญญาณปรามโรงงานยาสูบและหน่วยงานของรัฐไม่ให้ยุ่งเกี่ยวกับงานครั้งนี้
3. **ภาคการบังคับใช้กฎหมาย** ได้ดำเนินการอย่างเอาจริงเอาจังและเข้มแข็ง
4. **ภาคสื่อมวลชน** โดยเฉพาะสถานีโทรทัศน์ ไทยพีบีเอส ที่มีการออกข่าวอย่างต่อเนื่อง แบบเกาะติดเหตุการณ์ก่อนวันงาน สรุปจำนวนข่าวทั้งหมด 113 ข่าว คิดเป็นมูลค่าข่าว 20,280,413 บาท และยังได้รับความสนใจจากสื่อต่างชาติ เช่น นิตยสารไทม์ (Time) สำนักข่าวรอยเตอร์ และ สำนักข่าวเอพี
5. **ภาคข้อมูล** เช่น การเกาะติดข้อมูล Tobacco Reporter และ การขอข้อมูลเบื้องต้นที่รวบรวมจากประเทศมาเลเซีย

ผลิตโดย ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ (ศจย.)  
 วิทยาเขตราชวิถี มหวิทยาลัยมหิดล 420/1 อาคารอเนกประสงค์ ชั้น 5 ถ.ราชวิถี เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400  
 โทรศัพท์ 0-2354-5346 โทรสาร: 0-2354-5347 อีเมล: webmaster@trc.or.th



ชื่องานวิจัย  
 การถอดบทเรียนความสำเร็จและจัดทำวิดีโอ  
 เรื่องการต่อต้านงาน TABINFO ASIA 2009  
 ผู้วิจัย ผศ.ดร.ปิยะรัตน์ นิมพิทักษ์พงศ์ และ  
 สถาวร จิรัตนานนท์

สนับสนุนโดย

