



جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و امور پزشکی
مرکز سلامت محیط و کار



دانشگاه علوم پزشکی تهران
پژوهشکده محیط زیست

الزامات، دستورالعمل ها و، نمودارهای مرکز سلامت محیط کار

راهنمای آشنایی با ترفندهای صنایع دهانی و شیوه های مقابله با آن

۱-۶-۱۳۰۶-۲۰۵۰۲۰۲

سَلَامٌ عَلَيْكَ يَا مُؤْتَمِرًا



جمهوری اسلامی ایران
وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی
مرکز سلامت محیط و کار



دانشگاه علوم پزشکی تهران
پژوهشکده محیط زیست

راهنمای

آشنایی با ترندهای صنایع دهانی و شیوه‌های مقابله با آن

الزامات، دستورالعمل‌ها و رهنمودهای تخصصی مرکز سلامت محیط و کار

مرکز سلامت محیط و کار

پژوهشکده محیط زیست

تابستان ۱۳۹۳

نام کتاب: راهنمای آشنایی با ترندهای صنایع دخانی و شیوه های مقابله با آن

تهیه کننده پیش نویس: دکتر حسن آذری پور ماسوله

ناشر: پژوهشکده محیط زیست

تاریخ و نوبت چاپ: تابستان ۹۳ نوبت اول

عنوان و نام پدیدآور: راهنمای آشنایی با ترندهای صنایع دخانی و شیوه های مقابله با آن: الزامات، دستورالعمل ها و رهنمودهای تخصصی مرکز سلامت محیط و کار/ (به سفارش) مرکز سلامت محیط و کار [وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی]؛ کمیته فنی تدوین راهنما حسن آذری پور ماسوله... [و دیگران].

مشخصات نشر: تهران: وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، معاونت بهداشتی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: ۵۶ ص.

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۶۹۳۷۴۵۸

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: کمیته فنی تدوین راهنما حسن آذری پور ماسوله، فائزه ایزدپناه، نوشین راستکاری، خدیجه فریدون محصلی، بهزاد ولی زاده.

یادداشت: کتاب حاضر با حمایت پژوهشکده محیط زیست دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران منتشر می شود.

یادداشت: کتابنامه: ص. ۴۸.

عنوان دیگر: الزامات، دستورالعمل ها و رهنمودهای تخصصی مرکز سلامت محیط و کار.

موضوع: دخانیات - صنعت و تجارت

موضوع: دخانیات - ایران - صنعت و تجارت

موضوع: قاچاق سیگار - ایران

شناسه افزوده: آذری پور ماسوله، حسن، ۱۳۴۷ -

شناسه افزوده: ایران. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی. مرکز سلامت محیط و کار

شناسه افزوده: ایران. وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی. معاونت بهداشتی

شناسه افزوده: دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران. پژوهشکده محیط زیست

رده بندی کنگره: HD ۹۱۳۰/۵/۲ ۱۳۹۳

رده بندی دیویی: ۳۳۸

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۷۰۵۱۴

- عنوان: راهنمای آشنایی با ترفندهای صنایع دخانی و شیوه های مقابله با آن

- کد الزامات: ۱-۱۳۰۶-۲۰۲۰۲۰۵۰۲

- تعداد صفحات: ۵۶

مرکز سلامت محیط و کار:

تهران-خیابان حافظ تقاطع جمهوری- وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی- مرکز سلامت محیط و کار

تلفن: ۰۲۱-۶۶۷۰۷۶۳۶، دورنگار: ۰۲۱-۶۶۷۰۷۴۱۷

www.markazsalamat.ir

پژوهشکده محیط زیست دانشگاه علوم پزشکی و خدمات بهداشتی درمانی تهران:

تهران - خیابان کارگر شمالی- نرسیده به بلوار کشاورز- پلاک ۱۵۴۷ طبقه هشتم

تلفن: ۰۲۱-۸۸۹۷۸۳۹۹، دورنگار: ۰۲۱-۸۸۹۷۸۳۹۸

<http://ier.tums.ac.ir>

کمیته فنی تدوین راهنما

نام و نام خانوادگی	مرتبه علمی / سمت	محل خدمت
دکتر حسن آذری پور ماسوله	پزشک/ عضو کمیته	عضو کمیته سیاستگذاری برنامه کنترل دخانیات
مهندس فائزه ایزدپناه	کارشناس/ عضو کمیته	پژوهشکده محیط زیست
دکتر نوشین راستکاری	دانشیار/ عضو کمیته	پژوهشکده محیط زیست
خدیجه فریدون محصلی	کارشناس/ عضو کمیته	مرکز سلامت محیط و کار
مهندس بهزاد ولی زاده	کارشناس/ عضو کمیته	مرکز سلامت محیط و کار

از جناب آقای دکتر حسن آذری پور ماسوله که در تهیه این پیش نویس زحمات زیادی را متقبل شده اند سپاسگزاری می گردد.

فهرست

- ۱- ترندهای صنایع دخانیات ۱
- ۱-۱ مقدمه ۱
- ۲-۱ راهبردهای جهانی صنایع دخانی ۳
- ۱-۲-۱ تحت تاثیر قراردادن فرایند سیاسی ۳
- ۲-۲-۱ در دسترس قراردادن محصولات دخانی ۵
- ۳-۲-۱ تبلیغ دخانیات به شیوه های نوین و خلاقانه ۷
- ۴-۲-۱ تغییر نام و بهبود تصویر صنعت دخانیات در جامعه ۹
- ۵-۲-۱ مخدوش نمودن اطلاعات و تولید علم کاذب ۹
- ۶-۲-۱ ایجاد شبکه ها و گروه های پیشروی موثر ۱۰
- ۳-۱ گسترش جهانی صنعت دخانیات ۱۲
- ۴-۱ تغییرات سیاسی و اقتصادی به عنوان پاداش توسعه صنعت دخانیات ۱۳
- ۵-۱ تاسیس بازارهای جدید، راهبردهای صنایع دخانی در کشورهای منتخب ۱۳
- ۶-۱ نتیجه گیری ۱۴
- ۲- مقابله با صنعت دخانیات ۱۷
- ۱-۲ مقدمه ۱۷
- ۲-۲ اولین قدم در مقابله با صنعت دخانیات- آنها را خوب بشناسید. ۱۷
- ۱-۲-۲ مستندات صنعت دخانیات، منبعی سرشار از اطلاعات ۱۷
- ۳-۲ سایر مراحل در مقابله با صنعت دخانیات ۱۷
- ۱-۳-۲ صنعت دخانیات محلی را زیر نظر بگیرد. ۱۸
- ۲-۳-۲ افکار عمومی را آگاه و درگیر کنید. ۱۹
- ۳-۳-۲ مستندات را به طور راهبردی به دست آورید و مورد استفاده قرار دهید. ۱۹
- ۴-۳-۲ از قهرمانان برای گفتن حقایق مربوط به دخانیات استفاده کنید. ۲۰
- ۵-۳-۲ درس هائی را که از تجارب بین المللی آموخته اید به اجرا در آورید. ۲۱
- ۶-۳-۲ افسانه های مورد ادعای صنایع دخانی را افشا کنید. ۲۱
- ۷-۳-۲ اتحادیه های ضد دخانیات موثر ایجاد کنید. ۲۸
- ۸-۳-۲ اقدامات کنترل دخانیات را ابلاغ و به شدت به اجرا در آورید. ۳۰

۳۰	۹-۳-۲ صنعت دخانیات را پاسخگو کنید.
۳۱	۱۰-۳-۲ صنعت دخانیات را قانونمند نمائید.
	۴-۲ چارچوب معاهده کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت و راهنمای
۳۱	اجرای ماده ۵/۳ کنوانسیون
	۱-۴-۲ چارچوب معاهده کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت
۳۱	(WHO FCTC)
	۲-۴-۲ راهنمای اجرای مواد کنوانسیون سازمان جهانی بهداشت در مورد
۳۳	کنترل دخانیات
۳۴	۵-۲ خلاصه
۳۴	۳- تجربه ایران، نفوذ کمپانی های جهانی دخانیات در قاچاق سیگار به ایران
۳۴	۱-۳ مقدمه
۳۵	۲-۳ قاچاق سیگار به ایران
۳۵	۱-۲-۳ برنامه ریزی و طراحی حساب شده
۳۶	۲-۲-۳ طرح شرکت آر.جی. رینولدز برای کسب موفقیت
۳۷	۳-۲-۳ طرح های تجاری شرکت آر.جی. رینولدز در ایران
۳۸	۳-۳ مسیرهای ویژه قاچاق به ایران
۳۸	۱-۳-۳ از خلیج به ایران: یک خط سیگار
۳۸	۲-۳-۳ مسیر جزیره کیش
۳۹	۳-۳-۳ خط قاچاق ترکیه
۴۰	۴-۳-۳ قاچاق از طریق حکومت های آسیای مرکزی
۴۱	۴-۳ تغییر مسیر سیگارهای قاچاق
۴۲	۵-۳ ایران به عنوان شاهراه قاچاق
۴۴	۶-۳ اغواء دولت ایران
۴۵	۷-۳ فریب دادن انحصار دخانیات در ایران
۴۶	۸-۳ نتیجه
۴۷	۴- سرواژه ها
۴۸	مراجع

پیشگفتار

یکی از برنامه های مرکز سلامت محیط و کار وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی تدوین و انتشار رهنمودهای مربوط به حوزه ها و زمینه های مختلف بهداشت محیط و حرفه ای و سایر موضوعات مرتبط است که با بهره گیری از توان علمی و تجربی کارشناسان، متخصصین و صاحب نظران متعددی از سراسر کشور، انجام شده است. در این راستا سعی شده است ضمن بهره گیری از آخرین دستاوردهای علمی، از تجربه کارشناسان و متخصصین حوزه ستادی مرکز سلامت محیط و کار نیز استفاده شود و در مواردی که در کشور قوانین، مقررات و دستورالعمل های مدونی وجود دارد در تدوین و انتشار این رهنمودها مورد استناد قرار گیرد. تمام تلاش کمیته های فنی مسئول تدوین رهنمودها این بوده است که محصولی فاخر و شایسته ارائه نمایند تا بتواند توسط همکاران در سراسر کشور و کاربران سایر سازمان ها و دستگاههای اجرایی و بعضاً عموم مردم قابل استفاده باشد ولی به هر حال ممکن است دارای نواقص و کاستی هایی باشد که بدینوسیله از همه متخصصین، کارشناسان و صاحب نظران ارجمند دعوت می شود با ارائه نظرات و پیشنهادات خود ما را در ارتقاء سطح علمی و نزدیکتر کردن هر چه بیشتر محتوای این رهنمودها به نیازهای روز جامعه یاری نمایند تا در ویراست های بعدی این رهنمودها بکار گرفته شود.

با توجه به دسترسی بیشتر کاربران این رهنمودها به اینترنت، تمام رهنمودهای تدوین شده بر روی تارگاہ های وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (وبدا)، معاونت بهداشتی، پژوهشکده محیط زیست دانشگاه علوم پزشکی تهران و مرکز سلامت محیط و کار قرار خواهد گرفت و تنها نسخ بسیار محدودی از آنها به چاپ خواهد رسید تا علاوه بر صرفه جویی، طیف گسترده ای از کاربران به آن دسترسی مداوم داشته باشند.

اکنون که با یاری خداوند متعال در آستانه سی و ششمین سال پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی این رهنمودها آماده انتشار می گردد، لازم است از زحمات کلیه دست اندرکاران تدوین و انتشار این رهنمودها صمیمانه تشکر و قدردانی نمایم و پیشاپیش از کسانی که با ارائه پیشنهادات اصلاحی خود ما را در بهبود کیفیت این رهنمودها یاری خواهند نمود، صمیمانه سپاسگزاری نمایم.

دکتر کاظم ندافی

رئیس مرکز سلامت محیط و کار

۱- ترندهای صنایع دخانی

۱-۱ مقدمه

بیش از ۱۲۰ شرکت در جهان محصولات دخانی تولید می کنند، تعدادی از آنها منطقه ای، ملی یا ایالتی هستند. با وجود این، حدود ۴۰ درصد از بازار سیگار جهان تحت کنترل تعدادی از شرکتهای چند ملیتی دخیان است. عایدات شبکه ای مرکب از سه شرکت چند ملیتی بزرگ (گروه آلتریا، با مسئولیت محدود که قبلا به نام فیلیپ موریس شناخته می شد (PM)، دخیان انگلیس و آمریکا (BAT) و دخیان بین المللی ژاپن (JTI) به بیش از درآمد ناخالص ملی (GNI) تمام کشورهای جهان به استثنای ۳۵ کشور ثروتمند و معادل ۱۰۰ میلیارد دلار در سال می رسد.

هدف اصلی صنایع دخانی در جهان، فروش سودآور مواد دخانی است. شرکتهای چند ملیتی موجودیتهای اقتصادی هستند که مالکان آنها سهامداران هستند. مدیران این شرکتهای مسئول افزایش ارزش سرمایه گذاری سهامداران می باشند. این مدیران اساسا براساس نیاز، به گسترش سهم خود در بازار و سودآوری به جلو رانده می شوند و براساس میزان موفقیت خود در این عرصه، پاداش دریافت می دارند. عجیب نیست که شرکتهای چند ملیتی، نیروی اصلی در ترغیب استعمال دخیان و مانع اصلی برای ممانعت از اشاعه اقدامات اثربخش برای محدود ساختن همه گیری دخیان هستند. قابل پیش بینی است که هرچه اثربخشی اقدامات طراحی شده کنترل دخیان بزرگتر باشند واکنش شرکتهای چند ملیتی در مخالفت با اجرای این اقدامات تندخویانه تر است. آگاهی از راهبردهای صنعت دخیان برای ترغیب تداوم استعمال دخیان و مقابله با مداخلات اثربخش، جهت ارتقای سلامت عمومی برای کسانی که در جهت کنترل این همه گیری کار می کنند بسیار با اهمیت است. افشای اسناد محرمانه صنایع چند ملیتی دخیان و راهبردهای آنها در توسعه بازار مصرف موجب تقویت تلاش دولتها، متخصصان سلامت عمومی و حامیان آنها، همچنین آحاد مردم برای مقابله با صنایع دخانی و کاهش مصرف مواد دخانی گردیده است. حدود ۳۸ میلیون صفحه سند شامل طرح های تجاری برای افزایش فروش، سود و سهم بازار همراه با تجزیه و تحلیل فعالیتهای رقابتی و چندین هزار صفحه تحقیقات سرمایه گذاری شده توسط صنعت دخیان در خصوص موضوعاتی نظیر اعتیاد به نیکوتین و آثار استعمال دخیان بر سلامت و تلاش برای مردود نمودن شواهد مبتنی بر آثار زیانبار تماس با دود سیگار افشاء شده است. این اسناد جزئیات زیادی را در خصوص زد و بندهای صنایع دخانی و روابط عمومی برای خنثی

کردن تلاشهای کنترل دخانیات نشان می دهد. مستندات، تفاوت‌های آشکار بین بیانیه های عمومی مسئولان صنایع دخانی و مباحث داخلی آنها را برجسته می کند.

کادر ۱- چه چیزهائی صنایع دخانی را به حرکت در می آورد؟

- نیاز به کسب سود
- ترس از دعوای قضائی
- نیاز به محافظت از صنایع دخانی در مقابل محدودیتهای قانونی
- اشتیاق به اشاعه تصویری از صنایع دخانی به عنوان صنعتی مسئول و اصلاح شده

اولین گروه از اسناد داخلی صنعت دخانیات در اوایل دهه ۱۹۹۰ در دسترس قرار گرفت، زمانی که یکی از عوامل نفوذی به صنعت چندین جعبه سند را برای یکی از اساتید دانشگاه در ایالات متحده فرستاد که موجب انتشار چندین مقاله و کتاب شد. در اواخر دهه ۱۹۹۰ اقدام دعوی به وسیله چندین ایالت از ایالات متحده آمریکا بر علیه شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی به منظور جبران هزینه های درمان بیماریهای ناشی از استعمال دخانیات موجب شد تا مستندات بیشتری در دسترس قرار گیرند. در پرونده پرداخت مینسوتا و پس از آن، توافقنامه پرداخت اصلی (Master Settlement Agreement) بین ۴۶ ایالت و قلمرو جغرافیائی و صنایع دخانی در نوامبر ۱۹۹۸، اسناد صنعت که در خلال پیشرفت روند قضائی ارائه و تولید آنها تداوم یافت در اختیار عموم قرار گرفت. این اسناد در یک بایگانی اسناد در ایالت مینسوتا در ایالات متحده و انگلستان همچنین در پایگاههای اطلاع رسانی صنعت دخانیات در دسترس قرار گرفت. تنها استثناء شرکت دخانیات انگلیس و آمریکا (بی. ای. تی) بود که در انگلستان پایه گذاری شده است و مجبور نشد که مستندات خود را در یک پایگاه داده های اینترنتی بگذارد و تنها ملزم شد اسناد خود را در بایگانی گیلفورد قرار دهد. با وجود این، شاخه ایالات متحده شرکت بی. ای. تی به نام براون و ویلیامسون باید از الزامات قانونی مشابه سایر شرکتهای بنیاد گذاشته شده در ایالات متحده تبعیت می کرد. این اسناد باید تا سال ۲۰۰۸ توسط صنایع دخانی در دسترس قرار گیرند و تلاشهای بسیاری در حال اجرا است تا از دسترسی عمومی آنها و تحلیلهای علمی دانشگاهی پس از این تاریخ نیز اطمینان حاصل شود.

۲-۱ راهبردهای جهانی صنعت دخانیات

شرکتهای چند ملیتی از نفوذ قابل توجه اقتصادی و سیاسی خود استفاده می کنند تا محیطی را خلق کنند که تداوم استعمال دخانیات را تشویق می کند، اساساً این کار با مداخله در گسترش قوانین کنترل دخانیات صورت می پذیرد. تعدادی از این شگردها و راهبردها در زیر بررسی می شود. در این راستا اگرچه راهبردها بطور مجزا معرفی می شود، اشاره به این نکته مهم است که در اکثر مواقع شرکتهای تولید کننده دخانیات از یکی یا بیشتر از این راهبردها بطور همزمان استفاده می کنند تا از اثر هم افزایی آنها بهره مند گردند.

۱-۲-۱ تحت تاثیر قرار دادن فرایند سیاسی

یک راهبرد عمومی شرکتهای دخانیات استفاده از بزرگی و ثروت خود برای تحت تاثیر قرار دادن فرایندهای سیاسی در سطوح منطقه ای و ملی با تمرکز بر اهداف اصلی خود شامل مخالفت با وضع مالیات بالا به محصولات دخانی و قانونمند نمودن آنها و حفظ آزادی در بازاریابی محصولات دخانی و پذیرش اجتماعی ایجاد نمودن به استعمال دخانیات است. رویکردهای ویژه شامل برگزاری همایشهای خیریه با اهداف سیاسی، زدوبند کردن، تهدید به اقدام قانونی، اهدائی کمک به فعالیتهای مورد قبول و پذیرش جهانی نظیر پیشگیری از سوء استفاده از کودکان و واکسیناسیون کودکان با استفاده از سیاستمداران حاکم می باشد. این تلاشها با هدف تحت تاثیر قرار دادن فرایندهای قانونی و مقررات به نفع صنعت دخانیات، چه از طریق به شکست کشاندن سیاستهای جامع کنترل دخانیات یا از طریق معرفی و ایجاد اصلاحات مورد قبول صنعت نظیر شمول ممنوعیت اجرای اقدامات کنترلی در سطوح ملی و محلی صورت می پذیرند.

در صورتی که صنعت دخانیات قادر به توقف تصویب قانون نباشد، تلاش می کند تا اجرا و تنفیذ قانون را با مشکل مواجه کند به نحوی که به شکستی سیاسی مطابق با منافع صنعت دخانیات منتهی شود. میزان مخفی کاری در راهبرد دستکاری سیاستها، به قوانین خود کشور مبتنی بر پایش تاثیر منافع بخش خصوصی بر دستگاههای دولتی بستگی دارد.

کادر ۲- اسناد صنعت دخانیات

- مرکز بین المللی اطلاعات دخانیات (INFOTAB) یک کنسرسیوم با سرمایه گذاری صنعت دخانیات است. این مرکز با همکاری کشورهای عضو، انجمنهای ملی دخانیات و تجار برگ توتون تلاشی را برای زدودن بد در ۳۸ کشوری که دخانیات نقش اقتصادی برجسته ای در آنها دارد؛ هماهنگ می نماید. هدف از این فعالیتها داشتن نماینده در مجمع جهانی سلامت (WHA) است تا با توصیه های شدید ضد دخانیات مخالفت کند.
- در ایالات متحده آمریکا هدف صنعت دخانیات این است: استقرار کانالهای ارتباطی بهتر بین کاخ سفید و شرکای شرکت، تا این شرکا به شکل بهتری در جهت اهداف سیاسی شرکت خدمت کنند.
- این شگردها به سایر نقاط جهان نیز گسترش می یابند، بخش هایی از اسناد افشاء شده صنایع دخانی عبارتند از:
 - در کشورهای عضو شورای همکاری خلیج (GCC) ما شبکه بزرگی از منابع اطلاعاتی را فراهم نموده ایم تا از طریق آن با مقامات رسمی مناسب زدوبند کنیم.
 - من در حال هماهنگ نمودن تلاشی مشابه از طریق اتاق بازرگانی بین المللی هستم.
 - فیلیپ موریس نقش اصلی را در اتاق بازرگانی فیلیپین بر عهده دارد. ما در ملاقات با رئیس جمهور آکینو بسیار موفق عمل کردیم.
 - اکنون کارکنان بین المللی فیلیپ موریس جایگاههای کلیدی را در محدوده گسترده ای از سازمانهای بین المللی اشغال نموده اند که در سالهای پیش رو به ما کمک می کند.

برای مثال در ایالات متحده آمریکا که افکار عمومی در همایشهای سیاسی مورد استفاده قرار می گیرد، این دانش توسط حامیان مورد استفاده قرار گرفته تا مراجع قانون گذاری را تحت فشار قرار دهند. در لهستان، اهداء منابع مالی و موارد مشابه به احزاب سیاسی از طرف شرکتهای دخانیات ممنوع است.

علاوه بر این صنعت دخانیات از ثروت و نفوذ سیاسی خود نیز استفاده می کند تا سیاستمداران را در سطح بین المللی و در مراجع قانون گذاری تحت تاثیر قرار دهد.

این تلاشها معمولاً در جهت تخریب و تضعیف قوانین مرتبط با کنترل محصولات دخانی و محدودیتهای بازاریابی همچنين ارائه حجم وسیعی از اطلاعات نادرست و همایشهای نفی تاثیر استعمال دخانیات بر سلامت عمومی و آثار اجتماعی و توسعه ای آن در کشورهای در حال توسعه جهت گیری می شوند.

۱-۲-۲ در دسترس قرار دادن محصولات دخانی

شرکتهای تولید کننده مواد دخانی همیشه اقرار کرده اند که قیمت سیگار «حیاتی ترین متغیر» است که فروش مواد دخانی، سهم بازار هر برند محصول دخانی و سودآوری آن را تحت تاثیر قرار می دهد. بطور معکوس، افزایش قیمت محصولات که اساسا از راه افزایش مالیات بر محصولات در خرده فروشی صورت می پذیرد، موثرترین مداخله در کنترل دخانیات است. بنابراین، شرکتهای دخانی به شدت با آن مخالفت می کنند. برای مثال، در اروپای مرکزی و شرقی، فیلیپ موریس تصمیم گرفت بار مالی ناشی از مالیات بر هرگونه ماده دخانی را به حداقل برساند و استعمال دخانیات را سهل الوصول کند. در آسیا پاسخ دولت هنگ کنگ در مقابل فشارهای فیلیپ موریس از طریق تقلیل تفاوت بین مالیات بر برگ های توتون صادراتی و سیگار تولید شده منجر به کسب سود واضح فیلیپ موریس شد و در آمریکای جنوبی، در گواتمالا همایشی به راه افتاد تا از تغییرات در ساختار قیمت/ مالیات مواد دخانی در کشور، ممانعت به عمل آورد.

گسترش انواع مارک های جدید با قیمت کم تا متوسط، شیوع استفاده از تخفیف، و فروش سیگار به صورت نخ و در بسته های کوچک، شگردهائی برای اطمینان از سهل الوصول بودن مواد دخانی برای مصرف کنندگان است. بعضی از شرکتهای تولید کننده مواد دخانی مایل به کاهش حاشیه سود خود هستند تا «جنگ قیمت» به راه اندازند یا حتی زبان مختصری در هر بسته را بپذیرند تا سهم بیشتری از بازار به دست آورند و محصولشان سهل الوصول شود.

همچنین شرکتهای تولید کننده مواد دخانی مشهورند به:

- زدوبند با قانون گذاران و مقامات رسمی در وزارتخانه های اقتصادی تا قیمت محصولات را پائین نگهدارند.
- ترساندن دولتها از این تصور که افزایش مالیات موجب افزایش قاچاق، بیکاری و کاهش عایدات مالی کشور می شود (بهترین مطالعات بانک جهانی نشان می دهد که این عواقب هیچ ارتباطی با افزایش مالیات ندارند).
- متهم نمودن دولتها به تجاوز به حق فقرا برای استعمال دخانیات با مغفول نگهداشتن کامل خطراتی که متوجه سلامت آنها می شود. در یک اقدام غلط در جمهوری چک، فیلیپ موریس مجادله نمود که صنعت دخانیات توازن اقتصادی کشور را بهبود می بخشد زیرا سیگارپها زودتر می میرند و لذا هزینه های پرداخت مستمری بازنشستگی و از کار افتادگی برای دولت پس انداز می شود.

کادر ۳- گزارش فیلیپ موریس در جمهوری چک در یک نگاه، در ایالات متحده آمریکا جرات نمی کنند چنین چیزی را به زبان آورند.

میلوش زمان نخست وزیر چک که خود سیگاری قهاری بود یکبار از استعمال دخانیات به بهانه اینکه به اقتصاد کشورش کمک می کند دفاع کرد و گفت: «چون سیگاری ها زودتر می میرند و دولت از مراقبت از آنها در سنن پیری راحت می شود». در سال ۲۰۰۱ فیلیپ موریس گزارشی را برای مجلس چک آماده کرد که همین گفته های سیاه زمان را برای جلوگیری از یک سری اقدامات ضد دخانیات، تکرار کرد. این گزارش مدعی بود که استعمال دخانیات سودآور است زیرا مرگ زودرس سیگاریها، موجب ۳۰ میلیون دلار صرفه جوئی در هزینه های مراقبت سلامت شامل پرداخت غرامت و نگهداری از آنها می شود.

وقتی این گزارش به دست رسانه ها رسید یکی از روزنامه های معروف چک آن را دیوسان و بسیار کریه خواند و اضافه کرد که در ایالات متحده، فیلیپ موریس هرگز جرات نمی کند چنین کلماتی را حتی در خفا ادا کند. وقتی اعتراض ها به فروش در آمد فیلیپ موریس متوجه شد که این گزارش یک اشتباه بزرگ بوده است. در اواخر جولای ۲۰۰۱، شرکت در انتظار عمومی پذیرفت که آن گزارش واجد قضاوت های هولناکی بوده است و بطور کامل و غیر قابل قبولی ارزش های پایه انسانی را نادیده گرفته است. تصمیم نهائی کمیسیون بررسی کننده گزارش این بود که مدیر ارشد اجرایی فیلیپ موریس، جفری سی بابل گفت «این نه تنها اشتباهی هولناک بلکه خطائی بزرگ بود. همه ما کارکنان فیلیپ موریس هر کجا که مشغول به کار باشیم از این اتفاق بسیار متاثیریم».

ماتیول موریس از اعضای همایش کودکان بدون دخانیات به این مطلب اینگونه پاسخ داد: «به این عذرخواهی تنها می توان به عنوان اقدامی برای کنترل تخریب حاصل از گزارش نگاه کرد، بدون اقدامی موثر برای جبران گزارش خود» باید از خود پرسید فیلیپ موریس واقعا از چه چیزی ابراز تاسف نموده است، نتایج بی رحمانه ای که در گزارش ابراز شده یا تخریبی که بر چهره فیلیپ موریس وارد شده است که همیشه می خواسته خود را به عنوان شرکتی اصلاح شده و مسئولیت پذیر نمایش دهد.

علاوه بر این، اسناد صنعت دخانیات آشکار می سازد که در تلاش خود برای افزایش سهم خود از بازار به ابزار قاچاق روی می آورند موضوعی که اخیرا مورد توجه بسیاری از دولتها قرار گرفته است. به عنوان مثال یادداشتی از جلسه ای بین مقامات اجرایی ارشد شرکت های بی.ای.تی و فیلیپ موریس در آمریکای لاتین نشان می دهد که رفتارهای انحصارطلبانه شدید به دنبال توافق

در مشارکت در سهم بازار، ثبات قیمت‌ها و تلاش در جهت کاهش هزینه‌های حمایت از بازار می‌باشد. این یادداشت نشان می‌دهد که شرکت‌های بی.ای.تی و فیلیپ موریس می‌توانند قیمت محصولات را در بازار قاچاق و قانونی بطور مجزا تعیین کنند. علیرغم مدارک مستند، صنعت دخانیات مداخله خود در بازار قاچاق مواد دخانی را منکر می‌شود.

۱-۲-۳ تبلیغ دخانیات به شیوه‌های نوین و خلاقانه

گزارش سال ۱۹۹۹ بانک جهانی نتیجه گرفته است که ممنوعیت جامع تبلیغات، ترویج و حمایت مالی صنایع دخانی از وقایع مختلف، استعمال مواد دخانی را کاهش می‌دهد. صنعت دخانیات قویا با چنین اقدامی مخالفت می‌کند. کشورهای که ممنوعیت جامع تبلیغات دخانیات را عملی می‌کنند بطور فزاینده‌ای شاهد آن هستند که صنایع دخانی هنوز کودکان، نوجوانان و زنان را با شیوه‌های پنهانی تر و خلاقانه تری هدف قرار می‌دهند.

سایر شیوه‌های غیرسنتی تبلیغ مواد دخانی شامل: توسعه علامت تجاری (Brand Stretching) و اشتراک علامت تجاری (Brand Sharing)، توزیع نمونه محصول و بسته‌های تبلیغی، تبلیغ و فروش پستی، توزیع کوپن سیگار، جانمایی تبلیغ مواد دخانی در وقایع ورزشی و حمایت مالی از این اتفاقات، موسیقی، وقایع هنری و نمایش‌های مد، فروش و تبلیغ اینترنتی، حمایت از شرکتها است. اخیراً حداقل در یک کشور استفاده از پیامهای کوتاه برای تبلیغ مواد دخانی و در کشوری دیگر زنان و مردان جوانی در پوشش‌هایی به رنگ علائم تجاری مواد دخانی، این مواد را در باشگاهها و سایر اماکن مشابهی که توسط جوانان اداره می‌شوند توزیع و تبلیغ می‌کنند و به فروش می‌رسانند.

برای منصرف کردن دولت‌ها از اجرای ممنوعیت جامع تبلیغ مواد دخانی، شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی «خود تنظیمی» یا «قانونمند نمودن داوطلبانه تبلیغات» را پیشنهاد می‌کنند. با وجود این، آنها با دستاویز احترام به آزادی بیان و حق شرکتها در برقراری ارتباط با مشتریان خود از انواع خاصی از تبلیغات حفاظت و بهره‌مندی می‌کنند. تجربه نشان می‌دهد که قانونمند نمودن داوطلبانه تبلیغات توسط شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی به ندرت به اجرا در می‌آیند و بدون وجود الزامات قانونی شرکتهای تولیدکننده دخانیات می‌توانند هرگاه بخواهند آنها را نادیده بگیرند. این وضعیت اقدام داوطلبانه شرکتهای دخانی در ممنوعیت تبلیغ مواد دخانی را اقدامی فاقد اثربخشی در کنترل دخانیات می‌نماید. به علاوه ممنوعیتهای نسبی و غیرکامل به صنعت دخانیات

اجازه می دهد تا بازاریابی خود را به روشهای متنوع تر و خلاقانه تر انجام دهند. سازمان جهانی بهداشت به دولتها توصیه می کند تا درخواستهای شرکتهای دخانیات برای ممنوعیت داوطلبانه تبلیغات را رد کنند و به جای آن پیشنهاد می کند که مصرانه بر ممنوعیت جامع تبلیغ مواد دخانی اصرار بورزند. همچنین کشورها باید تبلیغ در محل خرده فروشی مواد دخانی را با احتیاط کامل مد نظر قرار داده و از سوء استفاده صنایع دخانی جلوگیری نمایند. نمونه این اقدامات می توان به قانون ممنوعیت تبلیغات دخانیات در مجارستان اشاره نمود که تبلیغ در محل خرده فروشی مواد دخانی را در ابهام نگاهداشت و بنابراین امکان تفسیرهای مختلف از آن را باز گذاشته بود. شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی بدون تاخیر تفسیر آزادی خواهانه خود را به اجرا در آوردند که موجب تبلیغ واضح مواد دخانی در خارج از مغازه شد.

حمایت مالی از وقایع مختلف و مشارکت در فعالیتهای بشر دوستانه نه تنها وسیله ای برای دیده شدن شرکت های دخانی و کسب پوشش خبری هستند بلکه با دادن وجهه قانونی به آن موجب جلب حامیان، دوستان و متحدانی برای شرکتهای دخانیات می شوند. سازمانهای حامی کنترل دخانیات را می توان با حمایتهای مالی از سوی شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی به سکوت کشاند؛ دولتها را می توان با حمایت مالی شرکتهای دخانی از «برنامه های پیشگیری از مصرف مواد دخانی در نوجوانان» به اشتباه انداخت.

برنامه های پیشگیری از استعمال دخانیات توسط شرکتهای تولید مواد دخانی طراحی شده اند تا به نوجوانان و جوانان بگویند که مواد دخانی را مصرف نکنند اما به آنها در خصوص مضرات استعمال دخانیات برای سلامتی چیزی نمی گویند و تنها این پیام را منتقل می کنند که استعمال دخانیات کار بزرگترها است. این برنامه ها اغلب با برنامه های آموزش خرده فروشان مبنی بر ممنوعیت فروش مواد دخانی به جوانان ترکیب می شود که به همان اندازه غیر موثر هستند. بنابراین در حالی که وانمود می کنند پیام های هشدار بهداشتی را پذیرفته اند در حقیقت سیاستمداران و برنامه های سیاسی را کنترل می کنند و تلاش می کنند مانع تصویب محدودیت ها برای بازاریابی آنها شوند که موجب کاهش مصرف مواد دخانی می گردد.

دولتها و گروههای مردمی نباید سرمایه گذاری شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی را بپذیرند. سازمان بهداشت جهانی به دولتها توصیه می کند از هرگونه مشارکت با شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی بپرهیزند زیرا اینگونه مشارکتها بدون شک موجب مخدوش شدن اولویتهای سلامت عمومی می شود.

حمایت مالی از مسابقات رانندگی و سایر مسابقات ورزشی به شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی امکان دور زدن ممنوعیت های تبلیغ مواد دخانی را می داد، به آنها اجازه می داد تا مارک تجاری خود را علیرغم ممنوعیت ها در صفحه تلویزیون و روزنامه ها به نمایش بگذارند. برای جلوگیری از این اقدام ممنوعیت حمایت مالی صنایع دخانی از وقایع ورزشی باید همراه با سایر ممنوعیت ها به اجرا درآید.

۴-۲-۱ تغییر نام و بهبود تصویر صنعت دخانیات در جامعه

پس از دسترسی آزاد مردم به مستندات صنایع دخانی، این صنایع یک راهبرد روابط عمومی جدید را به اجرا در آوردند که مدعی آغاز راهی نو در رفتار اخلاقی بودند. از آن پس هیچ عملکرد اساسی این ادعای صنایع دخانی را پشتیبانی نمی کند که موجب می شود فعالان و محققان عرصه دخانیات به این نتیجه برسند که هیچ صنعت دخانیاتی نوین و اصلاح شده ای وجود ندارد و این کار تنها یک راهبرد غلط انداز روابط عمومی است که برای تحت الشعاع قرار دادن تخریب حاصل از افشای اسناد داخلی صنعت دخانیات به کار رفته است.

ابتکار جدید شرکت بی.ای.تی، «مسئولیت اجتماعی شرکت»، «گفتمان با گروههای موثر» و «گزارش اجتماعی» تلاشهایی برای پاک کردن اتصالات شرکت با گذشته خود و رفتار غیرصادقانه و غیراخلاقی مدیران پیشین این صنعت است. شرکت مذکور به عمد طیف گسترده ای از موافقان و مخالفان تاثیرگذار دخانیات را دعوت می کند تا شرکت را در زمینه چگونگی تغییر خود متناسب با انتظارات در حال تغییر جامعه راهنمایی کنند. با وجود این تا به امروز هیچ سندی وجود ندارد که هیچکدام از این پیشنهادات به اجرا درآمده باشد. علاوه بر این، عملکرد مبتنی بر احساس مسئولیت اجتماعی که این صنایع از خود نشان می دهند یکسان نیستند و از کشوری به کشور دیگر متفاوت هستند. تغییر نام فیلیپ موریس به Altria Group, Inc تلاش مشابهی برای جدا ساختن شرکت از عملکرد گذشته خود است.

۵-۲-۱ مخدوش نمودن اطلاعات و تولید علم کاذب

مستندات داخلی صنعت دخانیات نشان می دهد که صنعت دخانیات به عمد مضرات شناخته شده استعمال دخانیات برای سلامت را به چالش می کشد و زیر سؤال می برد. تا همین اواخر صنعت دخانیات در انتظار عمومی منکر ارتباط بین استعمال دخانیات و سرطان ریه و اعتیادآوری نیکوتین

بود. در حالی که مستندات داخلی صنعت دخانیات نشان می دهد که این صنعت از رابطه سببی بین سرطان ریه و استعمال دخانیات آگاه بوده است و می دانسته است که چگونه سطح نیکوتین موجود در مواد دخانی را دستکاری کند تا مصرف کنندگان را به آن معتاد کند. از زمان انتشار این مستندات بعضی از شرکتهای تولید کننده مواد دخانی پذیرفته اند که استعمال دخانیات برای سلامتی زیان آور است و می تواند بیماریهای جدی ایجاد کند و این مطالب را در بیانیه ها و پایگاههای اینترنتی خود به نمایش می گذارند. با وجود این در سطح کشوری این پیام همیشه توسط نمایندگان گروههای مرتبط با این شرکتها تکرار نمی شود. بیشتر ابلاغیه های صنایع دخانی در سطح کشورها در خصوص ارتباط بین استعمال دخانیات و بیماریها مبهم باقی می ماند. صنعت دخانیات همچنان به انکار خود در خصوص ارتباط بین دود دست دوم مواد دخانی و ابتلا به بیماریهای ناشی از دخانیات ادامه می دهد و بطور مداوم به ارائه اطلاعات غلط در خصوص این گونه آثار و تاثیر زیانبار فعالیتهای کنترل دخانیات بر اقتصاد ادامه می دهد.

حتی جوامع علمی هم از نظر دور نگاه داشته نشده اند. در حالی که مردم بطور روز افزونی نسبت به تحقیقات مورد حمایت صنایع دخانی بدبین شده اند، شرکتها مانند برنامه تحقیقات خارجی فیلیپ موریس به حمایت از موسسات، دانشمندان و مشاورانی می پردازند که علاقمند به حمایت از پرونده های شرکتهای تولید کننده مواد دخانی از طریق تلاشهای تحقیقاتی علمی هستند. آخرین گزارش که مدعی عدم وجود هرگونه ارتباط بین دود محیطی مواد دخانی و مرگهای ناشی از استعمال دخانیات است نمونه دیگری از این تلاش رو به جلوی صنعت دخانیات است. این تلاشها همچنین بخشی از راهبردهای صنعت دخانیات برای حفظ اعتبار خود در جامعه، رسانه ها و سیاستمداران است.

۱-۲-۱۶ ایجاد شبکه ها و گروههای پیشروی موثر

صنعت دخانیات همچنین سیاستمداران را با ایجاد شبکه های موثر و استفاده از گروههای خط مقدم و اتحادیه ها در سطح منطقه ای، ملی و بین المللی تحت تاثیر قرار می دهد تا پیام صنعت را منتقل کنند. صنایع دخانی نیازمند حامیان تاثیر گذاری در دولت هستند تا با توسعه قوانین کنترل دخانیات مقابله کنند.

اغلب وزارتخانه های اقتصاد و کشاورزی، هدف صنعت دخانیات برای برقراری رابطه هستند. صنعت دخانیات آنها را با یافته های حاصل از تحقیقات مورد حمایت خود بمباران می کند و با مجموعه ای

از افسانه های خوب سرهم شده در مورد اهمیت اقتصادی این صنعت و مضرات کنترل آن آنها را گمراه می کند. این مقامات رسمی دولت معمولاً از مستندات قوی موجود در زمینه حمایت از سیاستهای کنترل دخانیات بی خبرند و ممکن است براساس این باور غلط که صنعت دخانیات سود قطعی برای اقتصاد دارند به راحتی به تبلیغ این مواد کارت سبز بدهند. همچنین صنعت دخانیات اغلب وزارتخانه های آموزش یا ورزش را هدف قرار می دهند تا برنامه های پیشگیری از استعمال دخانیات در جوانان خود را تبلیغ کنند. چنانکه پیش از این به بحث گذاشته شد، هدف پنهان این برنامه ها جلوگیری از تصویب قوانین ممنوعیت تبلیغ و بازاریابی، ممنوعیت فروش به نوجوانان و جوانان و سایر اقدامات موثر در کنترل استعمال دخانیات در میان نوجوانان و جوانان است.

صنعت دخانیات در مواجهه با فقدان روزافزون اعتبار خود از گروههای مختلفی که خود ایجاد و یا از آنها حمایت می کند، استفاده می کند. این گروهها عموماً خود را به عنوان افراد علاقمند معرفی می کنند و به ندرت ارتباط مالی خود را با صنعت دخانیات افشا می کنند. ارتباطات صنایع دخانی با صنعت رستوران داری و هتلداری، صنعت تبلیغات و گروههای حامی منافع شهروندان افشا شده است.

صنعت دخانیات همچنین انجمنهای کشاورزان تنباکو را ایجاد یا از آنها حمایت می کنند که شناخته شده ترین آنها انجمن بین المللی کشاورزان توتون و انجمن حقوق مصرف کنندگان مواد دخانی است.

راهبرد دیگر سرمایه گذاری بر گروههای فکری اثرگذار است یعنی گروههای تحقیقاتی و سیاسی که بدون اشاره به ارتباط مالی خود با صنعت دخانیات، گزارشها و عقایدی را منتشر می کنند که مورد علاقه صنعت دخانیات است. این گروهها بر سیاستمداران، رسانه ها و افکار عمومی اعمال فشار می کنند که تصور می کنند آنها گروههای بر حق مردمی هستند که هیچ ارتباطی با صنعت دخانیات ندارند. نمایندگان این گروهها معمولاً قادر به ایجاد روابط خوب و پایداری با تصمیم گیران هستند و هنگام طرح قوانین کنترل دخانیات در دولت به طور تهاجمی با این سیاستمداران زدوبند می کنند. با در دسترس قرار گرفتن اسناد صنعت دخانیات می توان ارتباطات مالی بسیاری از این گروهها را با صنعت دخانیات شناسائی نمود.

رسانه ها نیز که صنایع دخانی به شیوه های مختلف با آنها کار می کنند، می توانند برای حمایت از این صنایع به میدان آورده شوند. صنعت دخانیات سمینارهای آموزشی برای مدیران ارشد رسانه ها به اجرا می گذارد تا اطمینان یابد که پیام ها به شکل یکسان در رسانه ها منتشر می شود

سمینارهای آموزشی برای خبرنگاران ترتیب می دهد تا آنها را در مورد استعمال دخانیات و سلامتی و سایر موضوعات مهم مورد علاقه خود آموزش دهد. هدف صنعت دخانیات انتشار عقاید خود توسط رسانه ها است که راه دیگری برای تحت تاثیر قرار دادن باورهای سیاستمداران و افکار عمومی است. علاوه بر برگزاری سمینارهای آموزشی صنعت دخانیات به گروههای مرتبط با رسانه ها هدایایی اهدا می کند.

صنعت دخانیات همچنین از قدرت بازوی اقتصادی خود استفاده می کند و با تهدید به اجتناب از درج آگهی در رسانه ها آنها را برای انتشار مطالب مورد علاقه خود تحت فشار قرار می دهند. برای مثال در فیلیپین ایستگاههای تلویزیونی که همایش ضد دخانیات وزارت بهداشت را پوشش می دادند تحت فشار قرار گرفتند تا در مقابل خرید زمان تبلیغاتی توسط شرکتهای تولید کننده مواد دخانی از پخش برنامه های مربوط به این برنامه اجتناب ورزند.

با در اختیار داشتن مجموعه ای از افراد موثر در رسانه ها، حفظ فعالیتهای روابط عمومی خود، برای صنایع دخانی آسانتر است. این موضوع در برنامه «مسئولیت اجتماعی صنعت دخانیات» به روشنی قابل مشاهده است که به وسیله آن صنعت دخانیات با کمک رسانه ها در حال تلاش برای متقاعد نمودن افکار عمومی به این که صنعت دخانیات جزء ضروری و یکپارچه ای از جامعه است، می باشد. برنامه «مسئولیت اجتماعی صنعت دخانیات» با سایر فعالیتهای روابط عمومی صنعت نظیر اهدای هدایا به وقایع سیاسی و اجتماعی هم پوشانی دارد و آنها را کامل می کند.

۳-۱ گسترش جهانی صنعت دخانیات، انتشار همه گیری دخانیات به کشورهای در حال توسعه

کشورها می توانند چیزهای زیادی از روند اخیر جهانی سازی تولید و تجارت دخانیات بیاموزند. کاهش فروش مواد دخانی در کشورهای توسعه یافته، صنایع دخانی را بر آن داشت تا بازارهای جدید را در کشورهای در حال توسعه گسترش دهند. حذف سدهای تجاری تحت عنوان موافقتنامه های دو و چند جانبه تجارت دخانیات و محصولات دخانی را تسهیل نموده است و سهولت پیش بینی شده در این موافقت نامه ها صنایع دخانی را قادر می سازد تا وارد بازارهایی شوند که تاکنون بر محصولات دخانی خارجی بسته بودند.

در دهه گذشته صندوق بین المللی پول نیز در باز شدن بازار کشورهای مولداوی، جمهوری کره، تایلند و ترکیه بر محصولات دخانی دخیل بوده است. این صندوق نقش خود را با اصرار بر خصوصی سازی

شرکتهای محلی انحصاری تولید دخانیات به عنوان پیش شرط اعطای وام اعمال نموده اند.

۴-۱ تغییرات سیاسی و اقتصادی به عنوان پاداش توسعه صنعت دخانیات

کاهش و خصوصی سازی صنایع ملی انحصاری دخانیات در دهه ۱۹۸۰ (به عنوان مثال در آسیا) و باز شدن بازارهای بسته پشت دیوارهای ایدئولوژیک در دهه ۱۹۹۰ (به عنوان مثال در کشورهای کمونیست سابق) فرصتهائی را برای صنایع دخانی برای فروش عمده و توسعه اساسی بازار خود ایجاد می کند. برای اجتناب از مالیات بر واردات و هزینه های پائینتر تولید و حمل و نقل، صنایع دخانی در حال انتقال کارخانجات خود به کشورهای با قوانین سخت گیرانه کمتر در خصوص دخانیات هستند. تحقیقات نشان می دهد که دوره پس از خصوصی سازی که عموماً همراه با ورود صنایع دخانی خارجی به این کشورها است، معمولاً با افزایش مصرف مواد دخانی همراه بوده که در نهایت منجر به افزایش ناتوانیها و مرگهای ناشی از استعمال دخانیات در طول زمان می شود.

۵-۱ تاسیس بازارهای جدید، راهبردهای صنعت دخانیات در کشورهای منتخب

پس از فروپاشی کشورهای کمونیست سابق، حدود ۶۰۰۰۰ کارخانه محلی تولید مواد دخانی آماده خصوصی سازی شدند. این کشورها از دیدگاه اقتصادی به طور فوری نیازمند سرمایه گزاریهایی خارجی بودند که صنایع دخانی را در وضعیت مناسبی در مذاکرات قرار می داد.

در بسیاری از موارد موافقت نامه های خصوصی سازی صنایع دخانی از امتیازات انحصاری خاصی نظیر معافیت از مالیات بر سود (مثل مجارستان، قرقیزستان و اوکراین) یا دریافت شرایط بسیار مناسب در سود سهام ناشی از فروش مواد دخانی بهره بردند.

در قزاقستان، قرقیزستان و ازبکستان، شرکت بی.ای.تی تنها تولید کننده مواد دخانی شد و یک انحصار تولید مواد دخانی را به جایگزینی شرکت انحصاری ملی پیشین ایجاد نمود. بیانیه شرکت بی.ای.تی اعلام می دارد که «باید کاملاً روشن باشد که آنچه ما آرزومند خرید آن هستیم کارخانه تولید مواد دخانی یا یک برند خاص نیست بلکه فرصت تسلط بر بازار است».

اسناد نشان می دهد که صنایع دخانی واسطه هائی را استخدام نمودند که ارتباطات شخصی و تخصصی آنها با افراد کلیدی دولت در این کشورها به نفع صنایع دخانی مورد استفاده قرار گرفته است. برای مثال یکی از شهروندان پیشین مجارستان که در سالهای ۱۹۵۶ کشور را ترک کرده بود اما ارتباطات خوبی با دوستان خود در جایگاههای بالای دولتی داشت، توسط فیلیپ موریس

به مجارستان بازگردانده شد تا موافقت نامه ای با شرایط مناسب برای این شرکت منعقد نماید. در خلال خصوصی سازی کارخانه های تولید مواد دخانی، صنایع دخانی به طور مکرر تلاش نمودند تا مقامات رسمی وزارت اقتصاد و کشاورزی را تحت تاثیر قرار دهند تا فرایند انعقاد قرار داد را پشت سر گذارند. یکی از یادداشتهای داخلی شرکت فیلیپ موریس اعلام می دارد که نماینده دولت مجارستان توصیه هائی را از طرف وزارت اقتصاد و کشاورزی دریافت می نمود که هر چه سریعتر انعقاد موافقت نامه را به اتمام برساند.

گزارشات نشان می دهد که دیپلماتهای ساکن کشورها با مداخله خود از صنایع دخانی کشور خود در بازارهای جدید حمایت نموده اند. در اوکراین، سفیر انگلستان و نماینده اقتصادی سفارت کاملاً مفید و متحدان با ارزشی برای جلب حمایت دولت از طرحهای خصوصی سازی شرکت بی.ای.تی بودند.

۱-۶ نتیجه گیری

جهانی شدن تولید، تجارت، بازاریابی و تاثیر صنایع دخانی بر آن تهدید بزرگی را بر سلامت جهانی تحمیل می کند. یک و بچر صنعت دخانیات را با این خصوصیت تعریف می کنند: نیروئی جهانی که جهان را به عنوان بازار خود در نظر می گیرد و با طراحی، توسعه و بازاریابی محصولات خود در سطحی جهانی عمل می کند.

صنعت دخانیات از راهبردهای مختلفی استفاده می کند تا قدرت تاثیر را به دست آورد و به بازارها نفوذ کند و اطمینان یابد که همه گیری دخانیات به گسترش خود و تاثیر بر سلامت میلیونها انسان در سرتاسر جهان ادامه می دهد. دولتها و فعالان عرصه کنترل دخانیات باید با راهبردهای شایع مورد استفاده صنایع دخانی آشنا شوند و از این دانش در توسعه مداخلات موثر در سطح محلی و جهانی برای کنترل همه گیری دخانیات استفاده نمایند.

تا امروز، پاسخ صنعت دخانیات به افزایش آگاهی عمومی بر تغییر تصویر خود تا تغییر ساختار تمرکز نموده است. تغییر ساختار مستلزم مشارکت در هدف کاهش استعمال جهانی مواد دخانی، کار برای تبدیل تدریجی صنعت دخانیات به نواحی تجاری غیرکشنده است.

کادر ۴- مداخله صنعت دخانیات در تحقیقات سازمان بهداشت جهانی در خصوص دود دست دوم مواد دخانی

وجود خطر سرطانی در استنشاق تحمیلی دود مواد دخانی، بعد جدیدی را به منازعات مربوط به آثار استعمال دخانیات بر سلامت انسان افزود زیرا بر خلاف بیماریهای ناشی از استعمال دخانیات، این موضوع بیانگر صدماتی است که به افرادی که مواد دخانی مصرف نمی کنند تحمیل می شود. این اختلاف، تاثیر بزرگی بر قوانین مربوط به کنترل دخانیات در اماکن عمومی دارد و ممکن است در دراز مدت نقش مهمی در کاهش استعمال دخانیات داشته باشد. این موضوع نشان دهنده دلایل علاقه شدید صنایع دخانی در پایش و بی اعتبار نمودن مطالعاتی است که به ارتباط بین استنشاق تحمیلی دود مواد دخانی و ایجاد سرطان می پردازند. در این قاب به توضیح نمونه ای از تلاشهای صنعت دخانیات برای مداخله در روند یک مطالعه خاص بر روی ارتباط بین دود دست دوم و سرطان می پردازیم.

در آوریل ۲۰۰۰ محققان دانشگاه کالیفرنیا در سانفرانسیسکو نتایج مروری بر اسناد داخلی فیلیپ موریس و سایر صنایع دخانی را در مجله لانست گزارش نمودند. اسناد نشان می داد که صنعت دخانیات از نزدیک یک مطالعه بین المللی همه گیری شناسانه را در خصوص بروز سرطان ریه در غیرسیگاریها به دنبال تماس با دود دست دوم مواد دخانی، پایش و در جهت مداخله در نتایج آن تلاش می نمود. این مطالعه توسط آژانس بین المللی تحقیقات برای سرطان (IARC) در یکی از مراکز تحقیقاتی سازمان بهداشت جهانی در لیون فرانسه ترتیب داده شده بود. نتایج آن در مجله انجمن ملی سرطان منتشر شد و نشان داد که تماس با دود دست دوم مواد دخانی در محل کار یا در همنشینی با همسر موجب افزایش خطر نسبی ابتلا به سرطان به میزان ۱/۱۶ درصد می شود. با وجود این با توجه به جمعیت بسیار زیادی که در معرض استنشاق تحمیلی دود مواد دخانی هستند، می توان محاسبه نمود که هر ساله استنشاق تحمیلی دود مواد دخانی موجب بروز ۳۰۰۰ مورد سرطان ریه در ایالات متحده آمریکا و ۲۵۰۰ مورد در اروپا می شود.

از میان اقداماتی که صنعت دخانیات برای تخریب و بی اعتبار نمودن این مطالعه انجام داد می توان به ترتیب دادن یک تیم ویژه برای واکنش به انتشار نتایج این مقاله، استفاده از مشاورانی برای تماس با محققان IARC به منظور به دست آوردن اطلاعات در خصوص جزئیات تحقیق و طرح هایی برای تحت تاثیر قرار دادن سیاستهای علمی و حمایت مالی از IARC اشاره نمود. در سال ۱۹۹۸ مطالعه IARC هدف حمله و تهمتهای همایشی رسانه ای قرار گرفت که توسط صنعت دخانیات رهبری می شد. اگرچه این حملات مانع انتشار گزارش در مجلات پزشکی نشد اما موجب ایجاد تردید و شک در خصوص تفسیر نتایج شد. مستندات بررسی شده در مجله لانست نشان می داد که این همایش رسانه ای بخشی از یک راهبرد طولانی مدت تر صنعت دخانیات در خصوص استنشاق تحمیلی دود مواد دخانی است. صنعت دخانیات به ادعای خود مبنی بر این که مطالعه سازمان جهانی بهداشت ارتباط بین استنشاق تحمیلی دود مواد دخانی و ابتلا به سرطان ریه را اثبات نمی کند، ادامه می دهد.

کادر ۵- حقایقی در مورد دخانیات و تبلیغ مواد دخانی

- نیکوتین یک ماده مخدر است.
- نیکوتین اعتیادآور است.
- تماس با دود دست دوم مواد دخانی برای سلامتی زیانبار است.
- تلاش صنعت دخانیات برای تولید مواد دخانی کم ضررتر شکست خورده است.
- تبلیغ، ترغیب و طراحی محصولات دخانی نوجوانان و جوانان را هدف قرار می دهد.
- تبلیغ مواد دخانی با هدف افزایش مصرف مواد دخانی انجام می شود.

کادر ۶- فشار بر تایلند برای باز کردن بازارهای خود بر محصولات دخانیات وارداتی

مهمترین موافقت نامه چندجانبه سازمان تجارت جهانی (WTO) در خصوص تجارت مواد دخانی موافقت نامه عمومی در خصوص تعرفه های گمرکی و تجارت (GATT) است. یکی از اصول GATT الزام می نماید که کالاهای وارداتی نباید نسبت به کالاهای مشابه تولید داخل کشور با رفتار متفاوتی روبرو شوند.

با وجود این، موافقت نامه استثنائات محدودی را در موارد ضروری برای حفاظت از سلامت عمومی لحاظ می نماید که حتی در صورت به خطر انداختن الزامات GATT می تواند به اجرا درآید. تایلند تلاش نمود تا از ورود محصولات دخانی وارداتی به عنوان خطری برای سلامتی ممانعت به عمل آورد. با وجود این در سال ۱۹۹۰ شرکتهای آمریکائی تولید مواد دخانی با ممنوعیت اعمال شده از طرف تایلند با این ادعا که چرا به صنعت دخانیات محلی اجازه تولید و فروش مواد دخانی داده می شود به چالش برخاستند. نماینده تجاری ایالات متحده موضوع را به GATT ارجاع داد و به این اصل اشاره نمود که «هیچ محدودیت یا ممنوعیتی نمی تواند توسط یکی از اعضا بر واردات کالاهای تولیدی یکی دیگر از اعضا اعمال شود».

هیئت مدیره GATT اینگونه تصمیم گرفت که تایلند تا زمانی که ضروری به نظر برسد و هیچ اقدام جایگزین دیگری برای حفاظت از سلامت مردم وجود نداشته باشد، می تواند علیرغم آزادسازی اقتصاد، اولویت را به سلامت عمومی بدهد. با وجود این اقدام دولت تایلند در اجازه به تولید دخانیات توسط کارخانه های محلی و ممانعت از ورود محصولات دخانی وارداتی پذیرفته نشد و کشور تحت فشار قرار گرفت تا ممنوعیت مقرر را لغو نماید.

۲- مقابله با صنعت دخانیات

۱-۲ مقدمه

صنعت دخانیات در بین عوامل خطر ساز سلامتی منحصر به فرد است زیرا این صنعت، علیرغم آثار سوء سلامتی ناشی از مصرف دخانیات، به طور کامل مشوق مصرف آن است. قابل پیش بینی است که صنعت دخانیات به طور مهاجمانه ای هر گونه تلاش برای کاهش مصرف موثر این محصولات را مسدود می نماید. در بخش قبل تعدادی از راهبردهای جهانی صنعت دخانیات برای ممانعت از مداخلات موثر کنترل دخانیات توضیح داده شد.

این بخش بر راهبردهای مقابله با صنعت دخانیات متمرکز است. ظرفیت سازی برای مقابله با مخالفت‌های قدرتمند در مقابل سیاست‌های موفق کنترل دخانیات باید از اولویتهای مسئولان ملی و منطقه ای کنترل دخانیات باشد. در بسیاری موارد فعالان کنترل دخانیات و سازمانهای مردم نهاد در این زمینه ها با تجربه تر هستند و می توان چیزهای زیادی از آنها آموخت.

۲-۲ اولین قدم در مقابله با صنعت دخانیات- آنها را خوب بشناسید.

۱-۲-۲ مستندات صنعت دخانیات، منبعی سرشار از اطلاعات

در بخش پیشین اطلاعات زمینه ای لازم در خصوص مستندات صنعت دخانیات ارائه شده است. چون می توان بینش ارزشمندی از مطالعه مستندات صنایع دخانی کسب نمود، مسئولان برنامه های کنترل دخانیات باید اطمینان یابند که تجزیه و تحلیل مستندات صنعت دخانیات محلی و بین المللی و بازنگری دوره ای آن جزئی از برنامه کنترل دخانیات کشور است. همانطور که این مستندات سرشار از اطلاعات ارزشمند هستند با محدودیتهائی نیز مواجه هستند. تعدادی از این مشکلات شامل، نبود بعضی صفحات، جابجا شدن بعضی اطلاعات و موارد این چینی است.

۳-۲ سایر مراحل در مقابله با صنعت دخانیات

پس از جستجو در مستندات صنعت دخانیات برای بررسی مستندات مرتبط با کشور خودتان و آشنا شدن با صنعت محلی دخانیات در کشورتان قدمهای زیر را برای پیش و مقابله با صنعت دخانیات بردارید.

۲-۳-۱ صنعت دخانیات محلی را زیر نظر بگیرد.

علاوه بر یادگیری در خصوص اعمال شرکت دخانیات، پایش فعالیتهای روزانه شرکت دخانیات محلی می تواند مسئولان برنامه کنترل دخانیات را از مداخلات احتمالی این صنعت در فعالیتهایشان آگاه سازد. بیانیه هیئت اجرائی بهداشت جهانی به شماره ۱۵/۱۸، سازمان بهداشت جهانی را ملزم می نماید تا اعضا را از فعالیتهای صنعت دخانیات که تاثیر منفی بر فعالیتهای کنترل دخانیات دارند، آگاه سازد. گزارشهای مرتبط با این بیانیه، کشورها را براساس تجزیه و تحلیل رسانه های بین المللی در مورد میزان فعالیت شرکتهای دخانیات محلی آگاه می سازد. پایگاههای اطلاع رسانی خود شرکتهای تولید مواد دخانی اغلب منابع خوبی برای انتشار اخبار و سایر خبرهای مرتبط با صنعت دخانیات هستند.

در سطح ملی، پایش صنعت دخانیات محلی باید شامل موارد زیر باشد:

- به پوششهای رسانه ای صنعت دخانیات بطور منظم توجه نمائید.
 - انتشارات صنعت دخانیات را مرور کنید همچنین انتشارات مربوط به اقتصاد و بازاریابی مرتبط با دخانیات را بررسی کنید و به نویسندگان این مقالات و عناوین سازمانی آنها توجه کنید.
 - به طور مکرر به پایگاههای اطلاع رسانی شرکت دخانیات محلی مراجعه کنید.
 - سازمانها و فعالیتهایی که مورد حمایت شرکت دخانیات قرار می گیرند را شناسائی کنید.
 - سیاستمداران، کسانی که در موافقت با صنعت دخانیات سخنرانی و اقدام می کنند و هم کسانی که از فعالیتهای کنترل دخانیات حمایت می کنند، را شناسائی کنید.
 - گزارشهای مربوط به اجرای قوانین مرتبط با کنترل دخانیات و پرونده های مطروحه در دادگاهها در خصوص تخلفات صنعت دخانیات را پیگیری کنید.
- منابع کسب اطلاعات عبارتند از اینترنت، رسانه های ملی و محلی و مستندات موجود در کتابخانه های عمومی (مثلا صورتجلسات جلسات علنی مجلس، اسناد قانونی گروههایی که مورد حمایت صنعت دخانیات هستند، مجموعه انتشارات صنعت دخانیات و تحقیقات مورد حمایت آن). سازمانهای مسئول اجرای قوانین مرتبط با استعمال دخانیات باید گزارشاتی در خصوص پذیرش صنعت دخانیات از قوانین تهیه و منتشر نمایند. در بسیاری از موارد مراجعه به شبکه های اختصاصی از ارزش بی حدی برخوردار است.

۲-۳-۲ افکار عمومی را آگاه و درگیر کنید.

نتایج حاصل از پایش صنعت دخانیات را می توان جهت افزایش آگاهی عمومی در خصوص تلاش صنعت دخانیات برای تخریب و منحرف کردن فعالیتهای کنترل دخانیات به کار برد. از ابزارهای مناسب برای انتشار اطلاعات مربوط به صنعت دخانیات براساس طبیعت اطلاعات مورد استفاده و شنوندگان خود استفاده کنید. بعضی موارد شامل کنفرانس های خبری، بیانیه های خبری، سخنرانی در مجامع علمی، انتشار کتب، مقالات علمی و نوشتن سرمقاله در روزنامه های معتبر، نامه های سرگشاده به مراجع قانونی و افکار عمومی هستند. در صورت نیاز پیش از انتشار اطلاعات حساس یا مورد مناقشه با یک حقوقدان مشورت کنید.

مردم را در فرایند پایش صنعت دخانیات درگیر کنید. شهروندان آگاه می توانند متقاضی پاسخگویی صنعت دخانیات در مورد اقداماتشان که موجب تخریب سلامتی می شود، باشند. این کار را می توان از طریق گفت و شنودهای عمومی، مناظره های عمومی و استفاده راهبردی از کانالهای ارتباطی به انجام رساند که افکار عمومی از طریق آن برنامه ملی کنترل دخانیات را در جریان تلاشهای صنایع دخانی برای ایجاد اختلال یا به انحراف کشاندن مداخلات کنترل دخانیات قرار دهند. برای نمونه در برزیل، وزارت بهداشت استفاده از خطوط داغ تلفنی را برای توانمند سازی مردم جهت گزارش فعالیتهای مشکوک صنعت دخانیات به برنامه ملی دخانیات آغاز نمود. اتحادیه بدون دخانیات مینسوتا دارای تارنمایی است که مردم را تشویق می نماید تا سیاستمداران محلی را از شگردهای مورد استفاده صنعت دخانیات در مخالفت و دور زدن سیاستهای کنترل دخانیات مطلع سازند. سایر کانالهای احتمالی شامل استفاده از پست الکترونیک، سامانه پیام کوتاه یا صندوقهای پستی برای دسترسی به برنامه ملی کنترل دخانیات است.

مطلع نمودن افکار عمومی و سیاستمداران کلیدی در خصوص حقایق در مورد صنعت دخانیات، اگر به طور موثر انجام شود، می تواند تلاشهای کنترل دخانیات را به شدت به اجرا برساند. چنانچه کانون وکلای آمریکا می گوید: فعالیتهای قانونی کنترل دخانیات در محیطی نشو و نمای خوبی خواهد داشت که افکار عمومی نسبت به رفتارهای غلط صنعت دخانیات ناراحت و خشمگین باشند.

۲-۳-۳ مستندات را به طور راهبردی به دست آورید و مورد استفاده قرار دهید.

مستندات صنایع دخانی می توانند شواهد مداخله صنعت دخانیات در کنترل دخانیات در گذشته را آشکار سازند. این اطلاعات نیازمند افزایش راهبردی با روز آمد نمودن اطلاعات محلی در مورد

حجم، الگو، شاخصها و تاثیر استعمال دخانیات و تماس با دود دخانیات هستند تا احتمال تغییر سیاستها را فراهم نمایند. مصوبات قانونی الگوی اطلاعات مورد نیاز را تحت تاثیر قرار می دهد. به عنوان مثال برای تنظیم بازار دخانیات مجموعه گوناگونی از اطلاعات و مستندات مورد نیاز است. اینگونه اطلاعات شامل:

- اطلاعات مربوط به هزینه های صنعت دخانیات در خصوص تبلیغات و هیجانات اجتماعی
- شواهد مربوط به تاثیر واضح تبلیغات بر تهییج جوانان به استعمال مواد دخانی
- اطلاعات مربوط به میزان ارزشمندی تبلیغات برای صنعت دخانیات
- تلاشهای پیشین صنعت دخانیات برای مسدود نمودن ممنوعیتهای تبلیغات شامل تلاش برای جلب موافقت دولتها برای استفاده از کدهای اختیاری و سوسه کننده برای استعمال دخانیات
- برای دست یابی به مکانهای عاری از دخانیات، اطلاعات موجود در خصوص تاثیر و حجم تماس با دود دست دوم مواد دخانی در جمعیت حیاتی است. همچنین اطلاعات مربوط به چگونگی مخفی نگهداشتن اثرات مضر دود دست دوم مواد دخانی توسط صنعت دخانیات و چگونگی استفاده این صنعت از صنعت هتلداری و رستوران داری برای اشاعه فرهنگ «حق انتخاب» اساسی به نظر می رسد. پایانی مناسب برای تجمیع اطلاعات و جستجوی همه جانبه در مستندات صنعت دخانیات به عنوان بخشی از راهبرد سیاستهای ملی کنترل دخانیات برای دستیابی به اینگونه اطلاعات ضروری است. به علاوه، اطلاعات مربوط به دانش، نگرش و اعتقادات عموم مردم در خصوص اقدامات طراحی شده (به عنوان مثال، آیا مردم از سیاست ممنوعیت تبلیغ مواد دخانی حمایت می کنند؟) می تواند در متقاعد نمودن سیاستمداران برای حمایت از مداخلات موثر در کنترل همه گیری دخانیات کمک کننده باشد.

۲-۳-۴ از قهرمانان برای گفتن حقایق مربوط به دخانیات استفاده کنید.

قهرمانان افرادی هستند که بسیار مورد توجه جامعه قرار دارند و از اعتبار ویژه ای در جامعه برخوردارند. معمولا حضور آنها برای جلب توجه رسانه ها کافی است. آنها تاثیر شگرفی بر افکار عمومی دارند. وقتی آنها حقایق مربوط به دخانیات را به زبان می آورند، مردم به گفته های آنان توجه می کنند. در کروواسی، وزارت بهداشت از جوانان ورزشکار برای ترویج شیوه زندگی عاری از دخانیات استفاده کرد و به نتایج خوبی دست یافت. در کره جنوبی، یک هنرپیشه کمدی مورد توجه مردم که به یک بدخیمی ناشی از استعمال دخانیات مبتلا شده بود در روزهای پایانی عمر

خود جزو منتقدان سرسخت استعمال دخانیات شد. تلاشهای او موجب کاهش شیوع استعمال دخانیات در بالغین کره ای طی سالهای اخیر گشته است.

۲-۳-۵- درسهائی را که از تجارب بین المللی آموخته اید به اجرا در آورید.

تجربه ملتھائی با سیاستھای پیشرفته کنترل دخانیات بینش ارزشمندی را برای کشورھائی که در تلاش برای استقرار سیاستھای کنترل دخانیات موثر هستند، فراهم می کند. همینطور، سازمانھای بین المللی کنترل دخانیات می توانند به فعالان محلی در توسعه و اجرای راهبردهای کنترل دخانیات کمک نمایند. درسهائی آموخته شده از جامعه بین المللی را می توان برای پاسخ به نیازھای محلی و منطقه ای سازگار نمود تا اقدامات سیاسی را بهبود بخشید. سازمانھای دولتی سلامت و سازمانھای دخیل در کنترل دخانیات باید به دنبال اطلاعات مربوط به اقدامات کنترل دخانیات باشند که قبلا در سایر کشورها به اجرا درآمده اند به ویژه در کشورھائی که از نظر خصوصیات اقتصادی، سیاسی و فرهنگی مشابه خود آنها هستند، و از موفقیتها و شکستھای آنها بیاموزند و از این آموخته ها در فعالیتهای خود بهره ببرند.

۲-۳-۶- افسانه های مورد ادعای صنعت دخانیات را افشا کنید.

شرکتھای تولیدکننده مواد دخانی اغلب مباحث اقتصادی و علمی را برای مخالفت با تلاشهای صورت گرفته در زمینه کنترل و قانونمند نمودن تولید و استعمال دخانیات منتشر می کنند. این مباحث عموماً توسط اقتصاددانان، دانشمندان و مشاوران رسانه ای حامی صنعت دخانیات و بدون هیچ مستند علمی ساخته و پرداخته می شود. بخشهای سلامت محور و گروههای کنترل دخانیات باید پاسخھائی برای این ادعاها آماده داشته باشند تا شبیه افکنی صنعت دخانیات را جواب بدهند. پاسخها باید مبتنی بر واقعیت و براساس بهترین اسناد علمی در دسترس تهیه گردند. مراجع پاسخگوئی باید به دقت مستند باشند و داده ها از معتبرترین منابع گردآوری شوند. با انتشار وسیع اطلاعات، اطمینان یابید که گروه هدف مورد نظر شما اطلاعات را دریافت می کنند. وقتی می خواهید غلط بودن ادعاهای صنعت دخانیات را برملا کنید، مطالبی را که باید با آنها به مقابله بپردازید، زمان، مکان، چگونگی و کسانی را که به وسیله آنها می خواهید اطلاعات را در جامعه منتشر کنید، تحت کنترل داشته باشید. آگاه باشید که صنعت دخانیات و نمایندگانش می خواهند سخنگویان کنترل دخانیات را ناآگاه نشان دهند به ویژه در برنامه های رادیو و تلویزیونی سعی

می کنند تا مچ آنها را بگیرند. هنگامی که به مناظره های رو در رو با نمایندگان صنعت دخانیات دعوت می شوید بسیار مراقب باشید و از شرکت در برنامه هایی که کنترل روند بحث و ترتیب برنامه در اختیار شما نیست، اجتناب ورزید.

شاید یکی از بزرگترین افسانه های که صنعت دخانیات در مورد خود ساخته است این باشد که خود را اصلاح نموده است و اکنون می خواهد در مقابل جامعه مسئولانه عمل کند. این مدعا به روشنی در برنامه مسئولیت اجتماعی شرکت بی.ای.تی که در فصل ۲ به بحث گذاشته شد، مشهود است. به عنوان یک راهبرد روابط عمومی برای ترمیم تصویر صنعت دخانیات نزد جامعه، شرکت بی.ای.تی سری جدیدی از مباحث اجتماعی را در ۲۴ کشور جهان ترتیب داده است. با وجود این تا امروز تنها نتیجه این مباحث یک گزارش است که به طور گسترده ای در رسانه ها منتشر شده است که شرکت بی.ای.تی از آن استفاده می کند تا خود را شرکتی اصلاح شده و مسئول نمایش دهد. اما هنوز تولید و ترویج استعمال محصولات کشنده خود را ادامه می دهد.

کادر ۱- افسانه های شایع کنترل دخانیات

افسانه ۱:

موضوع دخانیات فقط مسئله افراد و کشورهای ثروتمند است.

واقعیت:

استعمال دخانیات توسط مردان در اکثر کشورهای ثروتمند در حال کاهش است. برخلاف این موضوع، استعمال دخانیات در مردان ساکن اکثر کشورهای با درآمد متوسط و کم و زنان در جهان رو به افزایش است. در تمام کشورهای جهان استعمال دخانیات و بار بیماری های ناشی از آن معمولاً در میان فقرا شایع تر هستند.

افسانه ۲:

دولت ها نباید مانع استعمال دخانیات شوند بلکه تنها باید خطرات آن را به اطلاع عموم برسانند. غیر این صورت آنها با آزادی حق انتخاب سیگاری ها به مقابله پرداخته اند.

واقعیت:

اولاً بسیاری از مصرف کنندگان مواد دخانی از خطرات استعمال دخانیات ناآگاه هستند یا به سادگی این خطرات را کمتر از میزان واقعی تخمین می زنند یا ارتباط آنها را با خودشان به حداقل می رسانند، حتی در کشورهای پردرآمد که میزان آگاهی از خطرات در سطح مناسبی قرار دارد این اتفاق می

افتند. دوماً اکثر مصرف کنندگان مواد دخانی این کار را در کودکی یا سال های ابتدائی بلوغ آغاز می کنند که اطلاعات کافی در مورد خطرات مواد دخانی و طبیعت اعتیادآور آن ندارند و زمانی که تصمیم به ترک می گیرند، بسیاری از آنها به نیکوتین معتاد شده اند. سوماً استعمال دخانیات به غیرمصرف کنندگان هم صدمه می زند. به تمام این دلایل انتخاب استعمال دخانیات با سایر انتخاب های انسان متفاوت است و مداخله دولت ها در این زمینه منصفانه به نظر می رسد.

افسانه ۳:

مصرف کنندگان مواد دخانی همیشه هزینه انتخاب های خود را می پردازند.

واقعیت:

لزوماً اینگونه نیست. آنها هزینه های مشخصی را به غیرمصرف کنندگان مواد دخانی تحمیل می کنند. هزینه های مشهود شامل صدمه به سلامتی و آزار و تحریک ناشی از تماس با دود محیطی مواد دخانی است. به علاوه، سیگاری ها ممکن است هزینه های اقتصادی به دیگران تحمیل کنند (مانند تحمل هزینه های اضافی درمان بیماری های ناشی از استعمال دخانیات توسط غیرسیگاری ها). با وجود این، ارزیابی محدوده این هزینه ها مشکل است و آنها با توجه به مکان و زمان متفاوت هستند و بنابراین این گزارش به دنبال برآورد کمی این هزینه ها نیست. در کشورهای پردرآمد سال ها است که هزینه های درمان بیماری ها در مصرف کنندگان مواد دخانی بالاتر از غیرمصرف کنندگان است. ادعا می شود که چون طول عمر مصرف کنندگان مواد دخانی کمتر از غیرمصرف کنندگان مواد دخانی است بنابراین سر جمع هزینه های سلامت آنان در طول زندگی بیشتر از غیرمصرف کنندگان نیست. اما مطالعات اخیر در کشورهای ثروتمند نشان داده است که هزینه های درمان بیماری های ناشی از استعمال دخانیات در سیگاری ها علیرغم طول عمر پائین تر آنها، بالاتر و بیشتر از غیرمصرف کنندگان مواد دخانی است. اگر هزینه های درمان توسط دولت و مردم پرداخت می شود، بدیهی است که مصرف کنندگان مواد دخانی هزینه های اضافی درمان خود را به دیگران تحمیل می کنند.

افسانه ۴:

کنترل دخانیات موجب از دست رفتن دائم فرصت های شغلی در اقتصاد می شود.

واقعیت:

سیاست های کنترلی موفق، تنها منجر به کاهش آهسته ای در استعمال جهانی مواد دخانی می گردند (که در خصوص تاثیر آنها در دهه های آتی بزرگ نمائی می شود). کوچک سازی صنعت به دنبال این

سیاست ها بسیار کمتر از چیزی است که در سایر صنایع رخ می دهد علاوه بر این پولی که برای خرید مواد دخانی هزینه نمی شود صرف خرید سایر کالاها می شود و موجب ایجاد شغل های جایگزین می گردد. مطالعات مرتبط با این موضوع نشان می دهد که اکثر کشورها با کاهش شغل آن چنانی روبرو نمی شوند و در صورت مشاهده نیز مشاغل جدید جایگزین آنها می شوند.

افسانه ۵:

اعتیاد به دخانیات از چنان قدرتی برخوردار است که افزایش مالیات نمی تواند به سادگی موجب کاهش تقاضا شود، بنابراین افزایش مالیات ها منصفانه نیست.

واقعیت:

مطالعات متعددی نشان داده است افزایش مالیات تعداد سیگاری ها و مرگ های ناشی از استعمال دخانیات را کاهش می دهد. افزایش قیمت ها موجب افزایش اقدام به ترک در عده ای از سیگاری ها شده و از تبدیل عده ای از سیگاری ها به سیگاری حرفه ای و دائم ممانعت به عمل می آورد. همچنین تعداد سیگاری هائی را که پس از یک دوره ترک دچار عود می شوند را کاهش می دهد و تعداد نخ سیگار مصرفی را در سیگاری های فعلی کاهش می دهد. کودکان و تازه بالغین نسبت به افراد بزرگسال به افزایش قیمت ها حساس تر هستند و بنابراین با افزایش قیمت مواد دخانی احتمال عدم مصرف مواد دخانی در آنها بیشتر است. بنابراین، این مداخله تاثیر زیادی بر آنها خواهد گذاشت. به همین ترتیب افراد کم درآمد نسبت به پُر درآمدها حساسیت بیشتری به افزایش قیمت ها نشان می دهند. در نتیجه در کشورهای کم درآمد که شیوع استعمال دخانیات در آنها روند صعودی دارد اجرای این سیاست تاثیرگذارتر است. مطالعات صورت پذیرفته توسط بانک جهانی نشان داده است که ۱۰ درصد افزایش قیمت مواد دخانی موجب ۸ درصد کاهش مصرف در کشورهای درحال توسعه و ۴ درصد در کشورهای توسعه یافته می گردد.

افسانه ۶:

در صورت افزایش قیمت مواد دخانی عایدات دولت به دلیل کاهش خرید مواد دخانی کاهش می یابد.

واقعیت:

کاملاً اشتباه است. مستندات روشن است. محاسبات نشان می دهد که حتی افزایش قابل توجه مالیات بر مواد دخانی موجب کاهش مصرف مواد دخانی و در عین حال افزایش عایدات دولت از محل اخذ مالیات بر مواد دخانی می گردد. بخشی از این اتفاق به دلیل عدم تناسب بین میزان کاهش مصرف و میزان افزایش مالیات و به تبع آن افزایش قیمت ها است زیرا سیگاری های معتاد با سرعت نسبتاً

کمتری به افزایش قیمت‌ها واکنش نشان می‌دهند. به علاوه بخشی از پول پس انداز شده ناشی از عدم خرید مواد دخانی، برای خرید سایر مواد هزینه می‌شود که خود مشمول پرداخت مالیات است. به لحاظ تاریخی افزایش مالیات مواد دخانی بی‌توجه به میزان افزایش هرگز موجب کاهش درآمدهای مالیاتی ناشی از فروش مواد دخانی نگردیده است.

افسانه ۷:

افزایش قاچاق مواد دخانی تاثیر افزایش مالیات بر مواد دخانی را خنثی می‌کند.

واقعیت:

قاچاق به طور جدی مایه نگرانی است. اما حتی در صورت افزایش قاچاق، شواهد حاصل از مطالعات متعدد در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که حتی در این حالت هم افزایش مالیات موجب افزایش درآمد دولت و کاهش همزمان مصرف می‌گردد. علاوه بر این دولت‌ها می‌توانند سیاست‌های مناسبی برای کنترل قاچاق به اجرا درآورند. اینگونه سیاست‌ها شامل درج تمبرهای برجسته و پیام‌های هشدار بهداشتی به زبان محلی بر روی بسته‌های مواد دخانی و اعمال تنبیهات شدید برای قاچاقچیان این مواد می‌باشد.

افسانه ۸:

دولت‌ها نباید مالیات بر مواد دخانی را افزایش دهند زیرا اینگونه افزایش‌ها تاثیر نامتناسبی بر مصرف‌کنندگان فقیر دارد.

واقعیت:

مالیات‌های موجود بر مواد دخانی بخش بیشتری از درآمدهای طبقه فقیر را نسبت به ثروتمندان به مصرف می‌رساند. با وجود این نگرانی اصلی سیاستمداران باید تاثیر نسبی بر کل مالیات‌ها و سیستم‌های پرداخت باشد نه بر تاثیر مجرد و خاص آنها. مصرف‌کنندگان فقیر مواد دخانی نسبت به مصرف‌کنندگان ثروتمند به افزایش قیمت‌ها حساس‌تر هستند، بنابراین به احتمال زیاد مصرف مواد دخانی در بین آنها شدیدتر و سریع‌تر کاهش می‌یابد و این خود موجب کاهش بار مالی ناشی از افزایش قیمت‌ها در آنها می‌شود.

افسانه ۹:

در پاسخ به افزایش مالیات بر مواد دخانی، سیگاری‌ها به سمت انواع ارزان‌تر مواد دخانی روی می‌برند و لذا در سرجمع مصرف کاهشی بروز نمی‌نماید.

واقعیت:

این رفتار که به نام «جایگزینی» شناخته می شود، حقیقتاً وجود دارد و موجب نگرانی است. با وجود این همه سیگاری ها چنین رفتاری را از خود به نمایش نمی گذارند. افزایش قیمت ها مانع از آغاز استعمال دخانیات در بسیاری از غیرسیگاری ها شده و بسیاری از سیگاری ها را وادار به ترک یا کاهش میزان مصرف می نماید. در نتیجه کاهش مصرف کلی مواد دخانی و کاهش شیوع استعمال دخانیات اتفاق می افتد. تنها بخش معینی از سیگاری ها تحت تاثیر قرار نمی گیرند و بعضی از آنها رفتار خود را با جایگزین نمودن سایر انواع مواد دخانی و رفتار جایگزینی، مدیریت می کنند تا میزان مصرف خود را کاهش دهند. استفاده از سایر سیاست های غیر مرتبط با قیمت مواد دخانی، درمان جایگزین نیکوتین و مداخلات ترک به کنترل مصرف مواد دخانی در این گروه کمک می کند.

افسانه ۱۰:

میزان مالیات بر مواد دخانی در بعضی کشورها هم اکنون هم بسیار بالا است.

واقعیت:

پاسخ این سؤال که چه حدی از مالیات «درست» است؟ بسیار پیچیده است. میزان مالیات به واقعیت های متعدد و پیچیده ای وابسته است که ممکن است بعضی از آنها نظیر میزان هزینه تحمیلی به غیرسیگاری ها، سطح درآمدها و نیز ارزش های اجتماعی متفاوت مانند باور جامعه به سطح حفاظت مورد نیاز کودکان هنوز در دسترس نباشند. این موضوع همچنین به این بستگی دارد که جامعه از افزایش مالیات ها چه توقعی دارد؟ به عنوان مثال به دنبال افزایش درآمدهای دولت یا به دنبال کاهش بار بیماری ها است. در حال حاضر به نظر می رسد که افزایش مالیات ها به عنوان بخشی از یک سیاست جامع کنترل دخانیات در تعدادی از کشورها موجب کاهش شیوع استعمال دخانیات گردیده است. در این کشورها مالیات بر مواد دخانی چیزی بین دو سوم تا چهار پنجم قیمت خرده فروشی یک بسته سیگار را شامل می شود. اخیراً در کشورهای با درآمد بالا میزان مالیات بر مواد دخانی به طور متوسط دو سوم قیمت یک بسته سیگار در خرده فروشی و در کشورهای کم درآمد حداکثر یک دوم آن را شامل می شود که بسیار پائین تر از کشورهای با درآمد بالا است.

افسانه ۱۱:

اقدامات کاهنده عرضه مواد دخانی شیوه موثری برای کاهش مصرف است.

واقعیت:

اگرچه اقدامات کاهنده تقاضای مواد دخانی احتمالاً موفقیت آمیز خواهند بود، اما احتمال موفقیت

سیاست های کاهنده عرضه مواد دخانی به آن میزان نیست. دلیل این موضوع این است که با حذف یکی از عرضه کنندگان شرایط برای ورود عرضه کننده دیگری آماده می شود. اقدامات کنترلی شدید برای ممنوعیت دخانیات در زمینه های اقتصادی فاقد ضمانت و غیرواقعی بینانه هستند و احتمال شکست آنها وجود دارد. اگرچه جایگزینی کشت توتون با سایر محصولات اغلب به عنوان وسیله ای برای کاهش عرضه عنوان می شود اما شواهد نادری مبنی بر تاثیر آن بر کاهش مصرف وجود دارد. زیرا مشوق های مالی برای کشت توتون بسیار بیشتر از سایر محصولات برای کشاورزان وجود دارد. با وجود این و در صورت امکان، کمک به کشاورزان فقیر در چهارچوب یک برنامه گسترده تغییر در کشت محصولات، می تواند راهبرد مفیدی باشد.

به طور مشابه، شواهد مرتبط با اعمال محدودیت های تجاری بر محصولات دخانی مانند ممنوعیت واردات، تاثیر کمی بر مصرف محصولات دخانی در جهان دارد. از سوی دیگر مستندات نشان می دهد که اقدامات موثر بر تقاضا در صورتی که به طور یکسان بر محصولات وارداتی و تولیدات داخلی اعمال شود، به نحو چشمگیری موجب کاهش مصرف مواد دخانی می گردد. با وجود این یک اقدام کنترل عرضه وجود دارد که نقش کلیدی در راهبردهای کنترل دخانیات دارد و آن مقابله با قاچاق مواد دخانی است. کنترل قاچاق موجب افزایش درآمد دولت ها از محل افزایش مالیات ها می گردد.

افسانه ۱۲:

کنترل دخانیات موجب تشدید فقر در نواحی روستائی می گردد که شدیداً به کشت توتون وابسته هستند.

واقعیت:

احتمالاً بازار دخانیات حداقل برای چند دهه ثابت باقی می ماند و چنانچه سیاست های کنترل دخانیات موجب کاهش مصرف مواد دخانی شوند این موضوع با چنان شیب آهسته ای اتفاق می افتد که فرصت کافی برای جایگزینی کشت مواد دخانی با سایر محصولات سودآور و جایگزینی مشاغل از دست رفته در کشاورزی وجود دارد. همچنین در بسیاری از کشورهای فقیر کشاورزان توانائی مقابله کشورهای ثروتمند و سیاست بازی های موجود در بازار تجارت را ندارند و لذا توسط دولت ها مورد حمایت قرار می گیرند و قوانین حمایتی در مقابل تغییر شرایط بازار وجود دارد که در مورد کشاورزان توتون کار نیز این امر صادق است.

۲-۳-۷ اتحادیه های ضد دخانیات موثر ایجاد کنید.

درگیر نمودن گسترده ترین محدوده ممکن از صاحب نظران در توسعه و اجرای مداخلات کنترل دخانیات برای ایجاد حمایت اجتماعی از برنامه های جامع کنترل دخانیات ضروری است. همکاری بین مردم و بخش خصوصی بسیار حیاتی است. به علاوه، افراد و گروههایی که وجود آنها برای اجرای آتی اقدامات کنترل دخانیات الزامی است را باید از ابتدا در فرایند تدوین سیاستها مشارکت داد.

تصمیم گیران سیاسی و رسانه ها در فرایند تنظیم سیاستها نقش کلیدی دارند. رسانه ها می توانند فضای بحث عمومی را در جامعه ایجاد کنند. آنها می توانند با برجسته نمودن خواسته های هواداران، فعالان سیاسی و تاکید بر پاسخگویی سیاستمداران به آنها، سیاستمداران را تحت تاثیر قرار دهند. قانونگذاران علاقمند به کنترل دخانیات را می توان در هر حزب و دسته سیاسی پیدا کرد، آنها نیازمند شناخته شدن و حمایت لازم هستند. در موارد متعددی مداخلات کنترل دخانیات را می توان به صورت یک بسته آماده نمود تا در محدوده هایی که نسبت به آن حساس هستند به کار برد. برای مثال لویح قانونی مرتبط با عدم استعمال دخانیات در اماکن عمومی را می توان در قالب مداخله به منظور حفاظت از سلامت و ایمنی کودکان طرح کرد. برای موفقیت، راهبردهای خوب طراحی شده، هماهنگی با رسانه ها و جلب حمایت سیاستمداران ضروری است.

کادر ۲- اقدام هماهنگ برای پیشگیری از مشارکت صنعت دخانیات در یک برنامه، دانشگاه در ترکیه

مستندات فیلیپ موریس نشان می دهد که در سال ۱۹۹۲، هم زمان با مباحث مربوط به دومین قانون کنترل دخانیات در مجلس ترکیه، دفتر مرکزی فیلیپ موریس در ترکیه در حال برنامه ریزی برای شکست این قانون به نام «لایحه ممنوعیت تبلیغ مواد دخانی» بود. طرح آنها شامل اقداماتی بود تا تصویر شرکت را به عنوان شرکتی مسئول به لحاظ اجتماعی بهبود بخشند تا روی قصد خود برای مخدوش نمودن لایحه ممنوعیت تبلیغات، سرپوش بگذارند. راهبرد اصلی آنها پیشنهاد یک برنامه پیشگیری از استعمال دخانیات در جوانان به وزارت آموزش بود. با آنکه فیلیپ موریس موفق به پیشگیری از تصویب قانون ضد دخانیات در مجلس در سال ۱۹۹۶ نشد اما هنوز برنامه ابتکاری «پیشگیری از استعمال دخانیات در جوانان» را به منظور بهبود تصویر اجتماعی خود ادامه می دهد. فیلیپ موریس شریک خود را در دانشکده آموزش دانشگاه بوسفر یکی از قدیمی ترین دانشگاه های استانبول پیدا کرد. در سال ۲۰۰۰ دانشگاه اعلام کرد که در حال آغاز پروژه ای در دانشکده های

خود با شعار «قدرت در دستان شماست» است. روزنامه‌ها نوشتند که فیلیپ موریس ۱۰۰ هزار دلار بودجه لازم برای هزینه‌های این پروژه را تامین می‌کند. تمرکز پروژه به وضوح بر آموزش دانشجویان برای اتخاذ تصمیمات مرتبط با شیوه زندگی خود بود. در این برنامه به هیچ وجه در مورد استعمال دخانیات صحبت نمی‌شد. کمیته ملی دخانیات و سلامتی مکاتبه‌ای با دانشگاه انجام داد تا آنها را از مقاصد پنهان در پشت حمایت مالی آگاه سازند. مسئولین دانشگاه اطلاعات کمی از مقاصد واقعی صنعت دخانیات داشتند. کمیته با رسانه‌ها کار کرد، نحوه هزینه پول‌های ناشی از فروش مواد دخانی را افشا کرد که به نوجوانان ترک اجازه می‌دهد تا به طور مداوم در معرض مواد مرگباری باشند که این صنعت تولید می‌کند. اسناد داخلی فیلیپ موریس که طرح‌های شرکت را برای تحت تاثیر قرار دادن قانونگذاری در سال ۱۹۹۲ نشان می‌داد در معرض دید عموم قرار گرفت. فشارهای مضاعف جوامع بین‌المللی کنترل دخانیات و دانشجویان دانشگاه نهایتاً موجب شد تا وزارت آموزش مداخله کند و طرح متوقف گردد.

کادر ۳- توصیه‌های متخصصین، نمونه‌هایی از فعالیت‌هایی که دولت و سازمان‌های مردم‌نهاد باید مانع آن شوند.

حتی در فعالیت‌های غیرمرتبط با دخانیات نیز با شرکت‌های تولیدکننده مواد دخانی مشارکت نکنید. هدف پنهان اما واقعی این فعالیت‌ها ایجاد یک وجهه خوب برای شرکت‌های دخانی است و این شرکت‌ها را به عنوان شهروندان مسئول به نمایش می‌گذارد. برای مثال ارگانهای دولتی و سازمان‌های مردم‌نهاد نباید در موارد زیر با شرکت‌های تولیدکننده مواد دخانی مشارکت نمایند:

- برنامه‌های پیشگیری از خشونت به طوری که در استرالیا، پاناما و جمهوری کره روی داده است.
- برنامه‌های واکسیناسیون، به طوری که در مالاوی روی داده است.
- برنامه‌های آموزشی و ورزشی با تمرکز بر جوانان به طوری که در آرژانتین و تایلند روی داده است.
- هرگز در مباحثی که با محوریت صنعت دخانیات شکل می‌گیرد، شرکت نکنید. صنعت دخانیات از این جلسات برای غیرحساس‌سازی جامعه نسبت به حضور خود استفاده می‌کند، به طوری که در شیلی، پرو، اوگاندا و ونزوئلا روی داده است.
- به هیچ وجه از جایگزینی مکان‌های کاملاً عاری از دخانیات با مکان‌هایی که سیگاری‌ها و غیرسیگاری‌ها را از هم جدا می‌کنند یا پیشنهاد استقرار سیستم‌های تهویه‌ای در محل می‌دهند، موافقت نکنید. این جایگزین‌ها تاثیر خاصی ندارند.
- هرگز در برنامه‌های «پیشگیری از دخانیات در جوانان» که توسط شرکت‌های تولیدکننده مواد دخانی راه‌اندازی می‌شود، مشارکت یا همراهی نکنید یا آنها را مورد تأیید قرار ندهید. ثابت شده

است که این برنامه ها بی تاثیر هستند و اغلب اقدامات موثر مانند گفتن حقایق در مورد راهبردهای صنعت دخانیات را تکذیب می کنند. به جای آن شرکت های تولید کننده مواد دخانی از این برنامه ها استفاده می کنند تا به دولت ها برای انتخاب اقدامات قانونی ضعیف تر و کم تاثیرتر در کاهش مصرف مواد دخانی، فشار وارد کنند.

- تمام فعالیت های کنترل دخانیات خود را بر برنامه های مدرسه محور که اغلب هزینه آن توسط شرکت های تولید کننده مواد دخانی تامین می شود، متمرکز نکنید. برنامه های مدرسه محور تنها در صورتی مفید خواهند بود که در مجموعه یک برنامه جامع کنترل دخانیات لحاظ شوند.

- هرگز پیشنهاد صنعت دخانیات را مبنی بر جایگزینی افزایش مالیات ها با سایر اقدامات به بهانه افزایش قاچاق نپذیرید. به جای آن، افزایش مالیات ها باید همزمان با اقدامات کنترل قاچاق صورت پذیرد.

- هرگز با حذف ممنوعیت جامع تبلیغ مواد دخانی مخالفت نکنید. هرگونه قانون جایگزین را مبنی بر محدودیت تبلیغات در مکان ها، حوادث و فعالیت هائی که جوانان در آن شرکت می کنند را نپذیرید زیرا به اجرا درآوردن آنها بسیار مشکل و تقریباً غیرممکن است.

۲-۳-۸ اقدامات کنترل دخانیات را ابلاغ و به شدت به اجرا درآورید.

افکار عمومی باید به خوبی در جریان آثار مورد انتظار مثبت اقدامات کنترل دخانیات مورد استناد دولت قرار گیرند. اگر در ابلاغ اقدامات سیاسی کنترل دخانیات کوتاهی شود، ممکن است مردم اطلاعات غلطی مبنی بر تهدید آزادی های فردی خود در بعضی از این اقدامات کنترلی توسط شرکت های دخانی دریافت نمایند. بنابراین برگزاری همایشهای ابلاغی پیش از تصویب و اجرای قوانین از نقش بسیار مهمی برخوردار است. به علاوه تعیین و آماده نمودن آژانس هائی برای پایش اثربخشی اقدامات قانونی و میزان تحمل جامعه در خصوص آنها بسیار حیاتی است. همراه با جرایم جدی برای عدم توجه به اجرای قانون، همایشهای موثر اطلاع رسانی به مردم نقش عمده ای در هرچه بالاتر بردن میزان اجرای قانون دارند.

۲-۳-۹ صنعت دخانیات را پاسخگو کنید.

دعای قضائی و بازپرسی های عمومی علیه شرکت های دخانی موجب جلب توجه مراجع بین المللی و کاهش پذیرش اجتماعی صنعت دخانیات می گردد. در طول زمان این اقدامات می تواند منجر به ایجاد محیط سیاسی اجتماعی حامی سیاست های کنترل دخانیات گردد. کشورها سهولت

دستیابی به طرح دعوی قضائی را برای کمک به تلاشهایشان برای کنترل همه گیری دخانیات را مورد بررسی قرار دهند. سازمان های ضد دخانیات می توانند نقش نگهبان را برای پایش رعایت قوانین کنترل دخانیات توسط شرکتهای تولید مواد دخانی به عهده بگیرند. برای مثال، در فرانسه کمیته ملی کنترل دخانیات نقش هماهنگ کنندگی و رهبری اقدامات، بر علیه عدم رعایت قانون ملی کنترل دخانیات توسط شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی به ویژه ممنوعیت تبلیغات را به عهده دارد.

۲-۳-۱۰ صنعت دخانیات را قانونمند نماید.

هم زمان با پایش فعالیتهای صنعت دخانیات، باید از هر فرصتی برای قانونمند نمودن صنعت دخانیات استفاده نمود. به طور اختصاصی، قانونمند نمودن باید در زمینه های تولید، فروش و نحوه نمایش محصولات دخانی اعمال شود که شامل:

- تنظیم میزان قابل قبولی از قطران، نیکوتین و سایر مواد تشکیل دهنده
- استفاده از راهبردهای بسته بندی و برجسب گذاری برای ابلاغ پیام های بهداشتی
- اجرای اقداماتی برای مقابله با قاچاق مواد دخانی با استفاده از شماره سریال برای ردگیری و رهیابی زنجیره نقل و انتقال محصولات دخانی.

۲-۴ چارچوب معاهده کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت، کمک بین المللی

برای مقابله با صنعت دخانیات و راهنمای اجرای ماده ۵/۳ کنوانسیون

۲-۴-۱ چارچوب معاهده کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت (WHO FCTC)

چارچوب معاهده کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت مداخلات ویژه ای را برای مقابله با تلاش های صنعت دخانیات برای خارج کردن برنامه های کنترل دخانیات از مسیر خود پیشنهاد می کند.

- در دیباچه این معاهده می گوید که کشورها نیازمند اطلاع از فعالیت های صنعت دخانیات با تاثیر منفی بر تلاشهای کنترل دخانیات، هستند.
- ماده ۲ می گوید برای دستیابی به اهداف این معاهده آحاد جامعه باید به اطلاعات جامع مرتبط با صنعت دخانیات دسترسی داشته باشند.
- ماده ۵/۳ می گوید کشورها باید در راستای قوانین داخلی برای حفاظت از سیاست های سلامت

عمومی مرتبط با کنترل دخانیات در مقابل منافع تجاری و غیرتجاری واگذار شده به صنایع دخانی اقدام نمایند.

- ماده ۸ می گوید کشورها باید اقدامات موثری را در قوانین ملی برای جلوگیری از قرار گرفتن افراد در معرض دود حاصل از دخانیات در اماکن عمومی اتخاذ و اجرا نمایند.

- ماده ۱۰ می گوید شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی باید اطلاعات مربوط به مواد سمی موجود در محصولات دخانی و دود ناشی از احتراق آنها را افشا نمایند، چیزی که این شرکت ها سالها پنهان نموده اند.

- ماده ۱۱ می گوید اعضا، اقدامات موثری در جهت بسته بندی و برچسب هشدارهای بهداشتی حاوی پیام هایی در مورد مضرات استعمال دخانیات با تایید مقامات ذیصلاح محلی که ۵۰ درصد یا بیشتر فضای بسته بندی مواد دخانی را اشغال کند، انجام دهند.

- ماده ۱۲ از سازمان های درگیر در کنترل دخانیات می خواهد تا هیچگونه ارتباطی با شرکت های تولید کننده مواد دخانی نداشته باشند.

- ماده ۱۳ پیشنهاد می کند که شرکتهای تولیدکننده مواد دخانی نباید مجاز به هرگونه تبلیغ مواد تولیدی خود و یا حمایت از هرگونه فعالیت اجتماعی باشند.

- ماده ۱۴ می گوید اعضا باید اقدامات موثری را برای ترغیب مصرف کنندگان مواد دخانی به ترک استعمال دخانیات و درمان کافی برای وابستگی به دخانیات اتخاذ نمایند.

- ماده ۱۹ اعضا را راهنمایی می کند تا قوانینی تصویب یا از قوانین موجود خود استفاده نمایند تا مسئولیت مدنی یا جنائی را برعلیه صنایع دخانی به اجرا در آورند (این یکی از برجستگی های معاهده کنترل دخانیات است زیرا برای اولین بار است که در یک معاهده بین المللی موضوع مسئولیت و غرامت مطرح گردیده است).

- ماده ۲۰ می گوید که تحقیقات و تبادل اطلاعات در بین اعضا باید با تمرکز بر فعالیت های صنعت دخانیات صورت پذیرد شامل استقرار یک سامانه جهانی برای گردآوری و انتشار اطلاعات در خصوص جنبه های مختلف تولید و کنترل مواد دخانی و فعالیت های صنعت دخانیات که ممکن است بر تلاش های کنترل دخانیات در سطوح ملی تاثیر بگذارد.

۲-۴-۲ راهنمای اجرای مواد کنوانسیون سازمان جهانی بهداشت در مورد کنترل

دخانیات

در راهنمای مذکور به منظور اجرای مطلوب مواد ۵/۳، ۸، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۴ معاهده کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت رهنمودهای ارائه شده است از جمله ماده ۵/۳ که بکارگیری راهنمای این ماده تاثیر فراگیر بر سیاست های کنترل دخانیات کشورها و بر اجرای معاهده خواهد داشت.

اصول راهبردی ماده ۵/۳ معاهده کنترل دخانیات عبارتند از:

• اصل ۱: یک تفاوت بنیادین و ناسازگار بین منافع صنایع دخانی و سیاست های سلامت عمومی وجود دارد.

• اصل ۲: اعضا باید در برخورد با صنعت دخانیات و کسانی که در جهت منافع آن گام بر می دارند پاسخگو و دارای شفافیت باشند.

• اصل ۳: اعضا باید صنعت دخانیات و کسانی را که در جهت منافع آن گام بر می دارند ملزم نمایند که به نحوی فعالیت کنند که پاسخگو و دارای شفافیت باشند.

• اصل ۴: از آنجا که محصولات آنان مرگبار است، نباید به شرکت های دخانیات برای تاسیس و یا اداره تجارتشان مجوز داده شود.

توصیه ها:

فعالتهای مهم ذیل در برخورد با تداخل صنعت دخانیات در سیاست های سلامت عمومی حیاتی می باشند:

- افزایش آگاهی عمومی از طبیعت اعتیادآور و زیان آور محصولات دخانی و دخالت های صنعت دخانیات در سیاست های کنترل دخانیات.

- ایجاد اقداماتی برای محدود سازی تعامل با صنعت دخانیات و حصول اطمینان از شفافیت تعامل های به عمل آمده.

- عدم پذیرش شراکت، توافقات و شراکت های غیر الزام آور یا غیر قابل اجراء با صنعت دخانیات.

- احتراز از تضاد منافع مسئولین و کارکنان دولت [کارکنان دولت نمی توانند با شرکت های دخانی همکاری داشته باشند].

- الزام در شفافیت و صحت اطلاعات تهیه شده توسط صنعت دخانیات.

- از حالت معمول خارج کردن و در حد امکان، کنترل فعالیت های صنعت دخانیات که به اصطلاح

- ”مسئولیت اجتماعی“ تشریح گردیده است، شامل ولی نه محدود به فعالیت هایی که ”مسئولیت اجتماعی صنفی“ قلمداد می شود.
- عدم برخورد امتیاز آمیز با شرکت های داخلی.
 - برخورد همسان با شرکت های دخانی دولتی همانند دیگر صنایع دخانیات.

۲-۵ خلاصه

صنعت دخانیات به توسعه خود ادامه می دهد. اقدامات موثر برای کاهش استعمال دخانیات در دسترس است و کارآمدی آنها به اثبات رسیده است. توسعه ظرفیت های ملی برای پایش صنعت دخانیات و خنثی نمودن تلاش های آن برای توقف یا کند نمودن مداخلات کنترل دخانیات ضروری است. مستندات مربوط به شیوه های مداخله صنعت دخانیات در تلاش برای تضعیف سیاست های کنترل دخانیات قبلا جمع آوری و افشاء گردیده است، لذا با بهره گیری از تجارب بین المللی می توان مواضع ملی را در برابر نفوذ شرکت های چند ملیتی دخانیات در سیاست گذاری ها و تضعیف برنامه های ملی کنترل دخانیات تقویت و مستحکم نمود.

۳- تجربه ایران، نفوذ کمپانی های جهانی دخانیات در قاچاق سیگار به ایران

۳-۱ مقدمه

صنایع چند ملیتی دخانیات از دیرباز کشور ج.ا. ایران را به عنوان جواهری ارزشمند نظاره گر بوده اند، در سال ۱۹۹۴ کمپانی دخانیات آر. جی. رینولدز، مالک مسلط محصول بین المللی دخانیات در ایران معین گردید:

”با داشتن موقعیت استراتژیک پر اهمیت ایران در این قسمت از جهان و موقعیت جغرافیایی- سیاسی (جمهوری اسلامی ایران)، شرکت آر. جی. رینولدز باید از موقعیت خود محافظت و آن را تقویت نماید.“

در واقع بسیاری از اسناد محرمانه پیشین، مدارک داخلی صنایع دخانیات و اسناد به دست آمده از صورتجلسات دادگاههای ایالت متحده، پراهمیت بودن موقعیت ایران را از نظر صنایع جهانی دخانیات خاطر نشان می سازد.

دلایل متعددی در خصوص تمایل صنایع دخانیات نسبت به ایران وجود دارد: ۱- جمعیت بالا،

۲- بالا رفتن سطح زندگی، ۳- بالا رفتن متوسط مصرف دخانیات، ۴- کاهش نقش انحصاری صنایع دخانیات در سطح جهان.

علاوه بر دلایل مذکور، ایران بین مراکز تثبیت شده قاچاق صنایع دخانی در منطقه خاورمیانه و بازار رو به رشد دخانیات در شبه قاره و شوروی سابق قرار گرفته است.

شواهد حاکی از آن است که صنایع دخانیات، ایران را نه تنها به عنوان یک بازار بلکه به عنوان گذرگاهی برای رسانیدن سیگارهای قاچاق به سایر کشورها در نظر گرفته اند.

در مجموع مدارک گویای آن است که ایران از سوی شرکت های جهانی دخانیات به عنوان میدان نبردی پنداشته شده است که در آن شرکت انحصاری دخانیات فریب می خورد، مقامات دولتی گمراه می شوند و سلامت ایرانیان قربانی منافع سهامداران و کمپانی های دخانیات می گردد. اسناد به دست آمده از صنایع دخانیات توضیح می دهد که چگونه مقاصد خود را خصوصاً از طریق قاچاق به انجام می رسانند، این حکایتی مسحور کننده از صنایع خارج از کنترل می باشد. ضوابط و تعهدات اخلاقی در خصوص افراد سیگاری در این نبرد رقابتی فراموش گردیده است.

اگرچه اسناد مذکور حداقل از ۵ سال پیش جهت بازنگری و بررسی در دسترس بوده است، گزارشات اخیر از ادامه روند قاچاق در ایران و موقعیت کمپانی های بین المللی دخانیات در این کشور حکایت دارد.

۲-۳ قاچاق سیگار به ایران

۱-۲-۳ برنامه ریزی و طراحی حساب شده

با بررسی بسیاری از اسناد صنایع دخانی، روشن شده است که کمپانی های دخانیات محصولات سیگار خود را به آمریکای لاتین، آسیا، اروپا، شمال آمریکا و آفریقا قاچاق می کنند. همچنین اسناد مذکور تلاش همین صنایع را در انجام اقدامات مشابه برای ایران نشان می دهد.

ظاهراً استفاده از واژه های "بدون عوارض (DNP)"، "ترانزیت" و "تجارت جهانی (CT)"، که در جای دیگر به خوبی توضیح داده شده است توسط صنایع دخانیات، حسن تعبیری برای قاچاق می باشد.

ابراز تمایل کمپانی های دخانیات برای قاچاق به ایران در بعضی موارد به وضوح دیده می شود، که نمونه زیر مثالی است از این ادعا بوده که در اسناد مدیران ارشد اجرایی کمپانی بی. ای. تی مشخص شده است:

”چنانچه فرصت هایی برای ترانزیت کالا به ایران وجود دارد باید آنها را به دست آورد“. نقش تولیدکنندگان سیگار در قاچاق به ایران همچنین میزان، مسیر و مکانیسمی که توسط آن سیگار به طور قاچاق توسط کمپانی های دخانیات وارد ایران می گردد به وضوح آشکار است. در سال ۱۹۹۶ طبق محاسبات شرکت بی. ای. تی آمده است، در کشور ایران، عراق، سوریه و لبنان دخانیات در انحصار دولت است در سوریه و لبنان واردات هم به همین ترتیب می باشد. در لبنان مجوز واردات آزاد وجود دارد. در سوریه برای مقادیر محدود مجوز وجود دارد در حالی که در ایران به کلی ممنوع می باشد. علیرغم این موضوع، ۶۲ درصد بازار ایران ترانزیت می باشد (تاکید اضافی).

۳-۲-۲ طرح شرکت آر.جی. رینولدز برای کسب موفقیت

طی دهه ۱۹۸۰ و اوایل دهه ۱۹۹۰ طبق اسناد به دست آمده کمپانی آر.جی. رینولدز مسلط ترین شرکت دخانیات بین المللی در ایران بوده است که مارک وینستون را در حد وسیعی عرضه می کرده است اسناد این شرکت نشانگر آن است که با در دست داشتن ۵۰ درصد بازار ایران یا به عبارتی فروش ۱۶/۴ میلیارد نخ در سال نقش خود را در ایران «بسیار زیاد و با آینده ای روشن» عنوان کرده است. در اسناد مذکور به طور مشخص نشان داده شده که عملیات قاچاق لازمه رساندن شرکت به وضعیت دلخواه است و قاچاق یک هنجار است نه یک انحراف. در طرح های تجاری شرکت آر. جی. رینولدز در دهه ۱۹۹۰ دیده می شود که آنچه را که عملیات بدون مالیات در ایران نامیده می شود به دقت سازماندهی کرده است و در متن اسناد این شرکت کاربرد عبارت “بدون مالیات” معنی کاملا متفاوتی با سیگارهای بدون عوارض دارد. اسناد شرکت آر. جی. رینولدز در ماه جولای ۱۹۹۴ حاکی از آن است که کمپانی مذکور چگونه باعث بی ثباتی مشاغل “عاری از مالیات” گردید. این بی ثباتی ناشی از تغییر سلیقه مصرف کننده نبود بلکه ناشی از محدودیت محصولات ایرانی عاری از مالیات بود. همچنین در خصوص لزوم “قانونی کردن” عملکرد عاری از مالیات کمپانی ها بحث شده است. نتیجه منطقی که از مبحث فوق می توان گرفت آن است که اصطلاح “عاری از مالیات” که در اینجا آورده شده است حسن تعبیری است که کمپانی آر. جی. رینولدز برای قاچاق سیگار بکار برده است. در سال ۱۹۹۴ خلاصه عملکرد عاری از مالیاتش را به شرح ذیل اعلام کرد:

- ایران: وضعیت کاری شرکت آر. جی. رینولدز در حال حاضر
- بدون مالیات

- بی ثباتی ناشی از کم شدن و از دست دادن قدرت خرید، کاهش نرخ برابری پول و قدرت شرکت انحصاری دخانیات ایران (ITC)/ محدودیت دولت.
 - راه ها: خلیج فارس (جنوب)، Mersin (شمال، جدید)
- اغلب در پاسخ اتهامات وارده در خصوص دست داشتن در قاچاق محصولات سیگار، کمپانی های دخانیات این موضوع را انکار می نمایند و ادعا می کنند که آنها محصولاتشان را به واسطه می فروشند و آنچه که واسطه ها برای فروش محصولات انجام می دهند، خارج از کنترل آنهاست. به هر حال در ایران مثل کشورهای دیگر، شواهد حاکی از آن است که صنایع دخانیات جهت ایجاد تسهیلات هر چه بیشتر برای تجارت قاچاق، محیط کاری خود خصوصاً قیمت ها را کنترل می کنند.

۳-۲-۳ طرح های تجاری شرکت آر. جی. رینولدز در ایران

طرح بدون مالیات:

اهداف و استراتژیها:

- حمایت از بازار تجاری شرکت آر. جی. رینولدز خصوصاً امتیاز سیگار وینستون
 - استراتژی انعطاف پذیری قیمت گذاری را در تجارت بدون مالیات T.F وفق دهند.
 - حمایت و کنترل عاملین فروش برای اطمینان از روند داد و ستد و ثبات قیمت
 - حفظ ارتباط ترجیحی با شرکت دخانیات ایران شعبه رشت (تاکید اضافی)
- انگیزه های دیگر قاچاق در ایران نیز در اسناد شرکت آر. جی. رینولدز اشاره شده است. در اسناد مشابه به نظر می رسد که شرکت مذکور فعالانه به دنبال یافتن فرصت های جدید قاچاق و نیز اعمال کنترل بر کسانی است که در زنجیره قاچاق هستند.
- طرح بهینه ساختن موضوع بدون مالیات:

اهداف و استراتژیها:

- استفاده از تمامی راهها و جستجو برای یافتن راههای جدید.
- کنترل و ایجاد انگیزه برای توزیع کنندگان
- تمرکز بر مارک وینستون و استفاده رقابتی از مارک های مگنا، Century و Broadway
- قیمت گذاری حساس بازار (تاکید اضافی)

۳-۳ مسیرهای ویژه قاچاق به ایران

۳-۳-۱ از خلیج به ایران: یک خط سیگار

تا اوایل دهه ۱۹۹۰ گروه توسعه تجاری جدید شرکت بی. ای. تی ایران را به عنوان «اولین اولویت در بازار» توصیف نکرده بود. در حدود همان زمان عضو ارشد تصمیم گیری در گروه استراتژی دخانیات شرکت بی. ای. تی، نتیجه گیری مشابهی اتخاذ نمود. قبل از دهه ۱۹۹۰ اسناد نشانگر این است که شرکت بی. ای. تی قدرت سیگار وینستون محصول شرکت آر. جی. رینولدز را در بازار ایران ناچیز تلقی کرده بود. پس از آن شرکت بی. ای. تی برای مبارزه علیه حاکمیت مطلق و تسلط شرکت آر. جی. رینولدز در ایران به جستجوی مسیرهای ورودی به بازار ایران پرداخت که طبیعتاً مسیرهای توزیع را از دست رقبای خود خارج سازد و به این ترتیب با موفقیت دو مسیر عملیاتی را برای قاچاق به ایران در اوایل دهه ۱۹۹۰ پیدا کرد:

”تمام محصولات وارداتی از طریق دبی، به جنوبی ترین قسمت ایران یا از طریق ترکیه و قبرس وارد می شود و از آنجا توسط اتوبوس یا کامیون به انبارهای مخفی در حومه شهرهای اصلی منتقل می گردد. از آنجائی که این فعالیت قاچاق محسوب می شود بنابراین اطلاعات اندکی از شبکه توزیع در دسترس است به هر حال همه محصولات مخصوصاً سیگارهای وینستون و مارلبورو بطور واضح در معرض فروش قرار می گیرند. مشخصاً جریان قاچاق یا ورود سیگارهای بدون پرداخت مالیات (DNP) از دبی به جنوب ایران حداقل از اوایل دهه ۱۹۸۰ شروع شده است.

هیأت اجرایی شرکت فرعی آمریکایی بی. ای. تی، (براون و ویلیامسون) در سال ۱۹۸۳ از عملیات قاچاق شرکت آر. جی. رینولدز به ایران مطلع گردید:

”مهدی که برای ”وپکا“ کار می کند هم اکنون در دبی زندگی می کند.... گزارش داده که تنها محصول دخانیات عاری از مالیات که به ایران وارد می شود وینستون می باشد بین ۱۲۰۰ و ۱۴۰۰ مورد در ماه محصول بطور مستقیم از دبی به جنوب ایران منتقل می گردد. هیچ اطلاعات موثقی در مورد قیمت در دسترس نیست.

۳-۳-۲ مسیر جزیره کیش

شرکت بی. ای. تی با بازنگری نقشه ها و طرح های عملیاتی برای نفوذ به ایران، مسیرهای ورودی متعددی را برای ورود سیگار قاچاق به ایران شناسایی کرد، این مطالعه همچنین شامل بازرسی مسیرهای قاچاق از سایر رقبای خود بوده است. به هر حال به نظر می آید که توجه این شرکت

فقط به یک مسیر اختصاصی و آن هم جزیره کیش معطوف شده بود. شرکت بی.ای. تی از اوایل دهه ۱۹۹۰ مشغول طراحی برای نفوذ از طریق مسیر مذکور بوده است که اسناد جمع آوری شده موید این مطلب می باشد.

”مسیر جدیدی که توسط شرکت بی.ای. تی شاخه انگلیس (BATUKE) تعیین شده است، جزیره کوچک و معاف از مالیات به نام جزیره کیش در خلیج فارس می باشد. کالاها توسط قایق های موتوری به منطقه اصلی مورد هدف انتقال داده می شود.“

وجود مناطق معاف از مالیات در بسیاری از کشورها امری عادی و مسئله ای پیش افتاده است در این مناطق کارهایی از قبیل فروش دخانیات با مجوز قانونی انجام می گیرد، به هر حال همانگونه که جزئیات این مطلب در خصوص تقلب و فریب دادن دولت ایران در ادامه به طور دقیق تری مورد بحث قرار گرفته است، شرکت های دخانیات از طریق مناطق آزاد به عنوان مسیری برای قاچاق سیگار، بسیاری از کشورهای جهان را مورد بهره کشی و استثمار قرار داده اند.

موضوع مورد بحث این است که چرا توجه شرکت بی.ای. تی به جزیره کیش معطوف گردید؟ شرکت مذکور نقش مهمی در ایران نداشته و طبق اسناد بایگانی شده رقیبی دیر هنگام محسوب می شده است، بنابراین اسناد بعدی که ممکن است آن را تایید کند، وجود ندارد. گفته می شود که توجه این شرکت بیشتر معطوف به مسیرهای فعلی قاچاق می باشد. چرا که به موضوع جابجایی سیگار با قایق های موتوری به محل اصلی در ایران اشاره می کند و احتمال اینکه هدف بعدی شرکت بی.ای. تی فراتر رفتن از محدوده قانونی مناطق آزاد باشد، وجود دارد. لذا می توان اینگونه نتیجه گیری کرد که مورد توجه قرار گرفتن کیش از طرف شرکت مذکور یافتن راهی برای قاچاق سیگار بوده است.

۳-۳-۳ خط قاچاق ترکیه

اسناد صنایع دخانیات و نیز گزارشات منتشر شده در خصوص اینکه چگونه شرکت بی.ای. تی و خصوصاً شاخه امریکایی آن براون و ویلیامسون (B&W) سابقه ای دیرینه در عملیات قاچاق سیگار از منشاء قبرس داشته اند، توضیح می دهد. جزئیات گزارش در مورد اینکه کمپانی قبرس کنتال به نمایندگی از جانب شرکت بی.ای. تی عمل می کرده است، وجود دارد. شرکت براون و ویلیامسون کمپانی کنتال را به عنوان نماینده انحصاری محصولات خود در ماه نوامبر ۱۹۸۴ منصوب کرد. دفتر منطقه ای شرکت براون و ویلیامسون از کمپانی کنتال خواست که به منظور

دستیابی به بازارهای آزاد و معاف از مالیات سوریه، ترکیه، اردن، یمن، آفریقای شرقی (سودان، اتیوپی، سومالی)، کنت را به فروش برساند. در حال حاضر روی مسیرهای ورودی به عراق و ایران کار می کند، کمپانی کنتال بطور مسلم مارکهای شرکت براون و ویلیامسون را در این بازارها به فروش خواهد رسانید.

یک احتمال منطقی در خصوص عملیات بزرگ قاچاق سیگار از منشاء دبی به ایران و کنترل آن توسط سایر بخشها ممکن است کمپانی کنتال باشد که توسط باند قاچاق ایران سیگار را از مرز ترکیه وارد می نماید. این موضوع همانطور که در قسمت های قبلی مورد بحث قرار گرفت، در طرح تجاری سال ۹۶-۱۹۹۲ کمپانی بی. ای. تی به آن اشاره شده است.

۳-۳-۴ قاچاق از طریق حکومت های آسیای مرکزی

قاچاق سیگار یک پیشه رقابتی است. اسناد صنایع دخانیات در سراسر دنیا حاکی از آن است که این رقابت بین کمپانی های دخانیات، تولیدکنندگان سیگار و قاچاقچیان مستقل می باشد. بیشترین شواهد مستند حاکی از آن است که کمپانی های دخانیات از گروه سوم برای حمل و نقل کالا از طریق مرزها استفاده می کنند. کمپانی های مذکور در مورد کسانی که از این راه استفاده می کنند محتاط هستند. به احتمال قریب به یقین طبق دستور کمپانی های دخانیات، باند قاچاق محموله را به مقصد مشخصی می رساند.

در نتیجه اگرچه اغلب به کمپانی ها پیشنهاداتی برای عبور و توزیع سیگار از مسیرهای پیچیده می گردد، ولی در اغلب موارد کمپانی های مذکور این پیشنهادات را نمی پذیرند.

در سال ۱۹۸۸ مکاتبه ای بین دو کمپانی تجاری ژنو (IMF) و بی. ای. تی در خصوص انتقال محموله ها از طریق شوروی انجام گرفت و برنامه ریزی شرکت بی. ای. تی نهایتاً مورد پذیرش قرار نگرفت. این مکاتبات ممکن است در فاش کردن و توصیف مسیر قاچاق از مرز شمالی مورد استفاده قرار گیرد. به هر حال زبان از گفتن این مطلب قاصر است که دقیقاً بگوید که ما داریم با شبکه قاچاق معامله و مصالحه می کنیم. قسمت اصلی متنی که از سوی شرکت تجاری ژنو به شرکت بی. ای. تی ارائه شده تا حدی به صورت انگلیسی شکسته می باشد که گزیده ذیل شامل بخشی از آن است:

”ما در حال حاضر از طریق روسیه توسط کشتی مقادیر قابل توجهی سیگار را به ارزش ۵۰۰۰/۰۰۰ دلار در ماه به مرز ایران وارد می کنیم.“

”ما سیگارهای توزیعی را عمدتاً از منابع خود تامین می کنیم ولی سیگار وینستون در ایران خیلی عمومیت دارد اما سیگارهای استیت اکسپرس (State Express)، بنسون و هدجز (Benson & Hedges) همچنین مقادیری از روتمنس (Rothmans) در این بازار با همدیگر به فروش رسانده می شود.“

”ما محلی را برای سفارش ماهانه حدود ۱۰۰۰ مورد سیگار استیت اکسپرس ۵۵۵ (State Express 555) و حدود ۷۰۰-۶۰۰ مورد سیگار بنسون و هدجز آماده کرده ایم و...“

”مقدار سیگارهایی که وارد ایران می شود حدود ۳۰-۲۵ کانتینر در ماه است.“
 گرچه نقل قول بالا فقط به ”شوروی/ مرز ایرانی“ بر می گردد، محموله های نامشخصی در اواخر دهه ۱۹۸۰ از طریق قفقاز یا آسیای مرکزی وارد ایران گردیده است، شواهد مستند شده بعدی اشاره به ترکمنستان و مسیر خاص شمالی برای عبور سیگار قاچاق به ایران دارد. منطقه قفقاز و آسیای مرکزی را که شامل ۶ کشور آذربایجان، قزاقستان، ازبکستان، ترکمنستان، تاجیکستان و قرقیزستان می شود، از طریق استانبول پوشش داده است. به این ترتیب ارمنستان هم تحت پوشش این منطقه قرار خواهد گرفت و صادرات از قسمت ترکمنستان به ایران نیز صورت می پذیرد.

از نظر تاریخی مناطق مورد استفاده برای ترانزیت کالا به ایران جهت محصولات بین المللی با مارک امریکایی (USIBs) و بسیاری از کمپانی های عرضه کننده محصولات زیر قیمت عراق، افغانستان، چین، روسیه و ترکیه می باشند.

۳-۴ تغییر مسیر سیگارهای قاچاق

مدارک نشان می دهند که خطر تغییر مسیر سیگارهای قاچاق از مقصد موردنظر به محلی دیگر از اهمیت ویژه ای برای شرکت بی. ای. تی برخوردار است. چرا که آنها در جستجوی راهی برای جبران عقب ماندگی خود در رقابتی که از قبل در جابجایی سیگارهای قاچاق یا سیگارهای تجارت جهانی (GT) به داخل ایران بوجود آمده است، می باشند.

”مصرف کل بازار ایران بیش از ۳۵ میلیارد نخ در سال تخمین زده می شود، احتمالاً شامل ۵ میلیارد نخ سیگار قاچاق است که از طریق امارات متحده عربی وارد کشور می شود.“

سیگار وینستون محصول شرکت آر. جی. رینولدز با ۳/۵ میلیارد نخ مقام اول را در این تجارت قاچاق دارد، اما سیگار مارلبورو محصول شرکت بین المللی فیلیپ موریس با ۱/۵ میلیارد نخ در

حال افزایش مقبولیت اجتماعی است.“

“اعتقاد بر این است که سهم سیگارهای ویرجینیا در این بازار کوچک است با وجود این تلاش هایی در حال انجام است تا برای جلوگیری از تغییر مسیر محصولات بنسون و هدجز اقداماتی به عمل آید. همچنین امکان تامین یک محصول ارزان قیمت که در نواحی ساحلی تولید شود در حال بررسی است و در صورت عملی بودن به بهره برداری خواهد رسید.“

تغییر مسیر سیگارهایی که به منظور قاچاق به داخل ایران ارسال شده بودند به غرب آفریقا شاهدهی است بر این مدعا که یکی از توزیع کنندگان بالقوه این مسیر حذف گردیده است:

“مدارکی در دست است که سیگارهایی که در فاصله زمانی فوریه سال ۱۹۸۳ تا فوریه سال ۱۹۸۴ توسط کمپانی تجاری ژنو و به مقصد ایران سفارش داده شده بودند، به مقصد خود نرسیده و عمدتاً در غرب آفریقا دیده شده اند.“

برای شرکت های دخانیات حسن نیت یک دلال در زنجیره قاچاق به توانایی وی در پرداخت به موقع و رسانیدن سیگارها به مقصد مورد نظر نه به سایر خصوصیات فردی وی، وابسته است. مدارک و گزارش های منتشر شده در آمریکای لاتین نشان می دهند که صنعت دخانیات در ارتباط تنگاتنگ با جرائم سازمان یافته است.

در مورد ایران، سند شگفت انگیزی از دفتر شرکت بی. ای. تی در مسکو به دست آمده است که بنابر آن می توان دخانیات را با تجارت اسلحه در ارتباط دانست.

“به اطلاع می رساند، Cassalle، فردی که خریدار برگ های توتون شرکت آر. جی. رینولدز تولیدی در برزیل است، در تجارت اسلحه و سیگار با کمپانی های فلیپ موریس، آر. جی. رینولدز و Gallahrs فعال است و از کانال ایران به شرکت بی. ای. تی معرفی شده است.“

همچنان که انتظار می رود، کمپانی های دخانیات، فعالیت های قاچاق یکدیگر را از نزدیک تحت نظر دارند و مدارک یک شرکت اغلب به بحث در مورد فعالیت های قاچاق در دست اجرای شرکت های دیگر می پردازد که شامل شرکت هایی نظیر روتمنس (Rothmans) که در دادخواهی مینسوتا درگیر نبوده است و مدارکی در مورد آن جمع آوری نشده است نیز می گردد.

۳-۵ ایران به عنوان شاهراه قاچاق

انتظار بر آن است که قاچاقچیان ارزانترین، مستقیم ترین و عملی ترین راه را برای رسیدن به یک بازار مورد استفاده قرار دهند که این امر مستلزم انتقال مستقیم از محل تولید به کشور مقصد است.

با وجود این، مدارک نشان می دهند که همیشه این طور نیست.

احتمالاً چهار دلیل وجود دارد برای که چرا انتقال سیگارهای قاچاق اغلب مسیر پرپیچ و خمی دارد و گاهی اوقات برای رسیدن به کشور نهایی از چندین کشور عبور می نماید:

- ۱- شرکت ها در جستجوی راه های متعددی برای ورود سیگارهای قاچاق هستند تا در مقابل سختگیری هایی که در یکی از مسیرها ممکن است رخ دهد خود را محافظت نمایند.
- ۲- با توجه به سودآوری فوق العاده قاچاق دخانیات، هزینه های انتقال نسبت به سود کلی بسیار مختصر هستند.
- ۳- مبادی ورودی کالاها در کشورهای کمتر توسعه یافته به ویژه در اغلب کشورهایایی که در نواحی دورتری از بندرگاههای اصلی قرار دارند با دقت کمتری مورد بررسی قرار می گیرند.
- ۴- در شیوه های پرپیچ و خم انتقال ردپای پیچیده تری بجا مانده و ردگیری مشکل تر می شود. بنابراین به دلایل فوق سیگارهای قاچاق برای رسیدن به پاکستان بهتر است که از ایران عبور نمایند تا اینکه مستقیماً به آنجا ارسال شوند.

”سیگار دانهیل عمده ترین نوع سیگار قاچاق پاکستان از طریق ایران و افغانستان است. وزیر بازرگانی پاکستان طی دیدار خود با هیأت نمایندگی بازرگانی انگلستان به وضوح سیگار دانهیل را که خود اجازه قاچاق آن را داده است مصرف می کند.“

مدیران اجرایی ارشد شرکت براون و ویلیامسون یکی از اقدامات را با کلماتی هیجان انگیز بیان می دارند:

”آقای راههایی را از خلال ایران به افغانستان و پاکستان باز نموده است. او به قاچاق سیگار استیت اکسپرس ۵۵۵ و سایر محصولات ویرجینیا بسیار علاقمند است. آیا به ارتباط با او علاقمندید؟ اگر بلی، بیایید ببینیم چه کسی باید با آقای تماس بگیرد.“

”نماینده ما برای ایران که در دبی مستقر است (گروه) خواسته است تا علاقمندی او به توزیع سیگار کنت را در بازار دبی به اطلاع شما برسانم. این شرکت حقیقتاً سازمان تاثیرگذاری است. در صورت تمایل شما، تورکیل (مدیر توسعه تجارت شرکت براون و ویلیامسون و Macleod در ایران، عراق و یمن) علاقمند به برگزاری یک جلسه معارفه با Rod Galgout مدیر اجرایی و شرکت بی. ای. تی است.“

۳-۶ اغواء دولت ایران

توجه متمرکز کمپانی بی. ای. تی به تسهیلات معاف از مالیات جزیره کیش که در بالا توضیح داده شد، با الگوی رفتاری مورد استفاده کمپانی در سایر نقاط جهان متناسب است. یک نمونه خوب در این مورد بنگلادش است، جایی که اسناد کمپانی بی. ای. تی نشان می دهد که کمپانی به تلاش برای بهینه کردن «افشا موضوع بدون عوارض» چشم داشته است.

بهره برداری از بازارهای قانونی معاف از مالیات به عنوان پوششی برای قاچاق از راهبردهای کاملاً ثابت شده صنعت دخانیات است. نفوذپذیری مناطق معاف از مالیات، در بسیاری از کشورها به اثبات رسیده است.

علاوه بر این، همچنانکه در جاهای دیگر دیده شده است، یک بازار کوچک معاف از مالیات به منظور تامین پوشش قانونی برای فعالیتهای تبلیغاتی حمایتی از یک نوع سیگار خاص که به طور غیرقانونی و به عنوان کالای غیرمجاز در بازار وجود دارد، تشکیل می شود. به علاوه اسناد صنایع دخانیات دلایل زمینه ای این عمل را نشان می دهد. در بسیاری از کشورها، کمپانی ها از فروش سیگارهای معاف از مالیات خود توقع سود هنگفتی را ندارند بلکه این کار برای آنها بسیار با ارزش تر است یعنی پوششی برای فعالیت های قاچاق شرکت ها است.

یکی از اسناد شرکت بی. ای. تی که به بنگلادش مربوط است با استفاده از جملاتی مبهم به این امر اشاره می کند:

”به واردات قانونی (سیگارهای متعلق به شرکت بی. ای. تی) به اندازه کافی مالیات بسته می شود که فروش آنها را با مشکل مواجه سازد، اما این کاربرد را دارد که واردات قانونی موجب مخفی شدن فعالیتهای حمل و نقل سیگار در مقادیر عظیم می گردد.“

در بعضی کشورها این امر چنان مرسوم و وقیحانه صورت می پذیرد که شرکت های دخانیاتی برای سرپوش گذاشتن فروشهای معاف از مالیات خود از اصطلاح تخصصی ”پوشش عملکردی“ استفاده می کنند. طرح تجاری شرکت بی. ای. تی برای ایران از خلال کانال جزیره کیش به اجرا در می آید که راه دستیابی موفق را مهیا می نماید.

فرضیات بازار:

- ۱- واردات مستقیم از طریق شرکت دخانیات ایران (ITC) همچنان با مشکل روبرو است.
- ۲- راه مراسلاتی جزیره کیش همچنان باز خواهد ماند.
- ۳- نماینده شرکت بی. ای. تی در تهران بران واردکننده موثری خواهد بود. (مورد تاکید)

۳-۷ فریب دادن انحصار دخانیات در ایران

از آزار دهنده ترین موضوعاتی که در مدارک شرکت های دخانیات به آن اشاره شده است، تلاشهای این شرکتهای بین المللی برای بهره کشی از دولت ایران و صنعت انحصاری دخانیات ایران به منظور توسعه فعالیتهای قاچاق خودشان است.

شرکت آر. جی. رینولدز به طور شگفت انگیزی اعتراف کرده است که در جستجوی راهی برای گسترش واردات مستقیم (قانونی) به وسیله شرکت انحصاری دخانیات ایران (ITC) است تا به عنوان پوششی برای ورود غیرقانونی سیگار قاچاق عمل نماید و مکملی برای مواردی باشد که حجم سیگار قاچاق ناکافی بوده یا توسط انواع دخانیات بومی جایگزین شده است.

- واردات مستقیم را با شرکت انحصاری دخانیات ایران توسعه می دهید.
- سیگار وینستون باید به صورت معاف از مالیات و قانونمند وارد شود.
- موارد معاف از مالیات شکاف های موجود در بازار را می پوشاند.
- بی ثباتی قیمت ها را کاهش دهید.

• باید سپری در مقابل کارشکنی بر سر راه واردات معاف از پرداخت مالیات به وجود آورد.

علیرغم اشاعه قاچاق توسط شرکت های تولید کننده دخانیات که در بسیاری از اسناد این شرکت ها به آن اشاره شده است، حداقل بعضی از شرکت های دخانیات، دولت ایران را متقاعد نموده اند که سطح بالای مالیات ها است که موجب گسترش قاچاق می شود و این شرکت ها با فعالیت های تجاری دقیقاً سازماندهی شده نقشی در این کار ندارند.

در یک سند داخلی که احتمالاً در سال ۱۹۹۳ نوشته شده است، فیلیپ موریس به این ترتیب اشاره می کند که:

”قسمت اعظم مالیاتی که در حال حاضر به سیگارهای وارداتی به ایران بسته می شود عبارت است از یک مالیات ویژه ۷/۷ دلاری بر هر هزار نخ سیگار و یک مالیات بازرگانی ۲/۶ دلاری بر هر هزار نخ سیگار وارداتی که روی هم بیش از ۹۰ درصد مالیات بسته شده را تشکیل می دهند.“

”اگر چه وجود یک نوع مالیات ویژه مورد قبول است، ما انحصار دخانیات در ایران را متقاعد کرده ایم که مقادیر بسیار بالای مالیات بر محصولات دخانیات موجب تشویق قاچاق این محصولات می گردد که حدود یک سوم بازار را اشغال می کند و سطح متناسب مالیات ها باید بسیار پایین تر از این باشد.“

این راهبردی است که به استشهاد اسناد شرکت ها در سایر کشورها نیز برای کاهش مالیات ها با

موفقیت به اجرا درآمده است. میزان موفقیت شرکت های دخانیات در ایران به همین بهانه آورده شده است.

۳-۸ نتیجه

اسناد داخلی صنایع دخانیات که طی دادخواهی مینسوتا به دست آمده نشان می دهد که قاچاق از اجزاء مهم راهبردهای بازاریابی این صنعت در ایران است. اگرچه این اسناد حداقل متعلق به ۵ سال قبل هستند، حقایق موجود در آنها به تازگی افشاء شده است. با توجه به حجم بالا و پیشرونده قاچاق سیگار به ایران که هم اکنون نیز ادامه دارد، این مدارک از دو نظر مفیدند:

- ۱- امکانات مورد نیاز برای شناسایی عوامل قاچاق را فراهم می کنند.
- ۲- به سیاستمداران جهت شناسایی روشهای مداخله ای مورد نیاز برای مبارزه با ریشه های معضل قاچاق کمک می کند.

با وجود این، میزان هماهنگی و طراحی پیشنهاد شده در مدارک مربوط به قاچاق نباید تعجب کسی را برانگیزد. بدون شک، تصور این امر مشکل است که چگونه میلیاردها نخ سیگار قاچاق که بیش از نیمی از نیاز بازار مصرفی ایران را تامین می کند، بدون مشارکت تولیدکنندگان این سیگارها به راحتی وارد بازار ایران می شود. حجم این قاچاق و سازماندهی مورد نیاز آن تا اندازه ای عظیم است که نمی تواند تنها به تجار مستقلی که از خطاهای موردی مامورین کنترل مرزی از این کار سود می برند، نسبت داده شود. علاوه بر این، شرکتهای تولیدکننده دخانیات تمام اطلاعات مورد نیاز را در دسترس دارند و البته در صورت باز شدن بازارهای جدید یا گسترش بازارهای قبلی سود سرشاری عایدشان خواهد شد.

قاچاق سیگار در ایران تمام صفات مشخصه قاچاق که در سایر نقاط جهان دیده می شود را در بر دارد.

نتیجه عمده بازنگری این اسناد این است که قاچاق ایران موردی نادر و بومی نیست و به علت اختلاف طرح مالیات بین کشورهای همسایه نیز نمی باشد و احتمالاً موردی نیست که ایران بتواند به طور مجزا و کامل مشخصات آن را آشکار نماید. هنگامی که قاچاقچیان در حال برنامه ریزی و عملیات منطقه ای یا حتی جهانی هستند، یکی از ابزارهای اساسی در تامین سطح همکاری مورد نیاز برای نشان دادن طبیعت قاچاق، یک تفاهم نامه جامع در مورد قاچاق است که تحت عنوان پروتکل ریشه کنی تجارت غیر قانونی محصولات دخانی است که در پنجمین کنفرانس اعضای

کنوناسیون کنترل دخانیات سازمان جهانی بهداشت تصویب و در حال حاضر در مرحله امضای کشورهای عضو قرار دارد.

۴- سرواژه ها

BAT (British American Tobacco): شرکت دخانیات امریکایی انگلیسی سهامی عام با مسئولیت محدود.

BATUKE (British American Tobacco United Kingdom): شرکت امریکایی انگلیسی (بریتانیا و صادرات) سهامی عام با مسئولیت محدود، که پس از آن شرکت وابسته به شرکت بی.ای. تی شاخه صادرات را بنیان می گذارد.

B&W (Brown and Williamson): شرکت دخانیات بروان و ویلیامسون با مسئولیت محدود. مهمترین شرکت امریکایی وابسته به شرکت بی. ای. تی.

DNP (Duty Not Paid): "بدون پرداخت عوارض" حسن تعبیری برای قاچاق سیگار از سوی صنایع دخانیات.

GT (General Trade): "تجارت جهانی" حسن تعبیری برای قاچاق سیگار از سوی صنایع دخانیات.

ITC (Iran Tobacco Company): شرکت انحصاری دخانیات ایران.

R.J.R (R.J.Reynolds): شرکت دخانیات آر.جی.رینولدز با مسئولیت محدود.

P.M (Philip Morris): کمپانی های فیلیپ موریس.

P.M.I (Philip Morris International): شرکت بین المللی فلیپ موریس.

S.B.U (Strategic Business Unit): واحد تجارت استراتژیک، یک بخش تشکیلاتی از کمپانی R.J.R.

T.F (Tax Free): "بدون مالیات" عبارتی پیشنهاد شده در اسناد کمپانی R.J.R، حسن تعبیری برای قاچاق سیگار به ایران توسط کمپانی مذکور.

USIB (United States International Brands): محصولات بین المللی ایالات متحده، سیگارهای مخلوط امریکایی

مراجع

- Building Blocks for Tobacco Control; WHO Tobacco Free Initiatives, 2004
- Tobacco Company Strategies to Undermine Tobacco Control Activities at the World Health Organization; Report of the Committee of Experts on Tobacco Industry Documents, 2000
- COVETING IRAN: The Infiltration and Exploitation of Iran by Global Cigarette Companies
- Guidelines for Implementation, Article 5.3, 8, 9&10, 11, 12, 13 and 14, WHO.FCTC, 2011.



Tehran University of Medical Sciences
Institute for Environmental Research



Islamic Republic of Iran
Ministry of Health and Medical Education
Environmental and Occupational Health Center

*A Guide To
Tobacco Industry Tactics and Ways of
Countering Them*



2050202- 1306- 1

2050202-1306-1