

ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารแปรรูป ขั้นสูงในประเทศไทย

นนุช จินดารัตนาภรณ์, วีรภาคย์ ชำศิริพงษ์, สลักจิต ชื่นชม
สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล

บทคัดย่อ

บริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูงขยายตัวอย่างรวดเร็วและกลายเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อทั้งเศรษฐกิจ นโยบาย-
สาธารณะ และสุขภาพของประชาชนในประเทศไทย การศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ
ของบริษัทอาหาร ในประเทศไทย ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยเอกสารจากแหล่งข้อมูลสาธารณะ ตั้งแต่วันที่ 1
มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567 และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูล
ด้วยการวิเคราะห์แก่นสาระ ผลการศึกษาพบว่า บริษัทอาหาร ใช้วิธีทางกฎหมายหรือข่มขู่ด้วยกฎหมายเพื่อให้
การวิพากษ์วิจารณ์จากนักวิชาการ สื่อมวลชน และภาคประชาสังคมลดลง การให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยและกิจกรรม-
วิชาการหรือทางวิทยาศาสตร์ในการวางกรอบหลักฐานทางวิชาการและการโต้แย้ง การทำการตลาดเพื่อส่งเสริมการซื้อและ
การบริโภคผลิตภัณฑ์ของตนเอง การควบคุมห่วงโซ่อุปทานที่มีผลกระทบต่อความไม่เป็นธรรมและความไม่เท่าเทียมระหว่าง
บริษัทอาหาร และผู้ผลิตภายใต้สัญญา ปัญหามลพิษและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการดำเนินธุรกิจ การละเมิด
สิทธิแรงงาน และการจำกัดการแข่งขันในตลาดด้วยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อยและ
การจดลิขสิทธิ์หรือลงทะเบียนสิทธิบัตรก่อนเจ้าของตัวจริง นอกจากนี้ บริษัทอาหาร ยังใช้ความสัมพันธ์กับองค์กรสื่อ
เพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลด้านลบของบริษัท ดังนั้น การบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง
การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมในการติดตามตรวจสอบการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร และการดำเนิน
ธุรกิจอย่างโปร่งใสของบริษัทอาหาร เป็นปัจจัยสำคัญช่วยลดผลกระทบดังกล่าวได้

คำสำคัญ: ผลกระทบ; การดำเนินธุรกิจ; บริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูง

วันรับ: 11 ม.ค. 2569

วันแก้ไข: 12 ก.พ. 2569

วันตอบรับ: 15 ก.พ. 2569

บทนำ

โรคไม่ติดต่อเรื้อรังเป็นสาเหตุการเสียชีวิตของประชากร
โลกประมาณ 41 ล้านคนต่อปี คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 74
ของการเสียชีวิตทั้งหมดทั่วโลก โดยร้อยละ 77 ของผู้เสียชีวิต
จากโรคกลุ่มนี้อยู่ในประเทศที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง
โรคหัวใจและหลอดเลือดเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิต
จากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ซึ่งมีผู้เสียชีวิตประมาณ 17.9 ล้านคน

ต่อปี รองลงมาคือ โรคมะเร็ง (9.3 ล้านคน) โรคระบบ-
ทางเดินหายใจเรื้อรัง (4.1 ล้านคน) และโรคเบาหวาน รวมถึง
โรคไตที่เกิดจากเบาหวานประมาณ 2 ล้านคนต่อปี⁽¹⁾
โรคเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม
และก่อให้เกิดความเสี่ยงต่อความมั่นคงด้านสุขภาพทั้งใน
ระดับประเทศและระหว่างประเทศ⁽²⁾

บริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูง เช่น อาหารจานด่วน ขนม-
ขบเคี้ยว ช็อกโกแลต ลูกอม ไอศกรีม ขนมปัง น้ำอัดลม

มีบทบาทสำคัญต่อความมั่นคงด้านสุขภาพและสุขภาวะของประชากรทั้งด้านบวกและลบ ในด้านบวกบริษัทอาหารสามารถส่งเสริมการเข้าถึงอาหารของประชาชนได้อย่างแพร่หลาย ด้วยราคาที่ย่อมเยาความสะดวกในการบริโภคและอายุการเก็บรักษาที่ยาวนาน ซึ่งอาจมีส่วนช่วยลดปัญหาภาวะทุพโภชนาการในกลุ่มประชากรได้⁽³⁾ ส่วนด้านลบผลิตภัณฑ์ของบริษัทอาหาร ส่วนใหญ่มีปริมาณน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมสูง ซึ่งเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเมธิ่งในผู้ใหญ่ ตลอดจนมีความเชื่อมโยงกับกลุ่มอาการเมตาบอลิกในเด็กวัยรุ่น และภาวะไขมันในเลือดผิดปกติในเด็ก⁽⁴⁾

ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในต่างประเทศพบว่าภาคธุรกิจหรือบริษัทเอกชน เช่น นมผง อาหารแปรรูป บุหรี่/ยาสูบ เครื่องดื่มรสหวาน และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ดำเนินธุรกิจ 7 กลยุทธ์ประกอบด้วย (1) กลยุทธ์ทางการเมือง ได้แก่ การเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบาย เช่น การล็อบบี้ (lobby) การเข้ามาเป็นคณะกรรมการหรือกรรมการผู้เชี่ยวชาญในการออกกฎหมาย การใช้การดำเนินการทางกฎหมาย (หรือการคุกคาม) ต่อนโยบายสาธารณะหรือฝ่ายตรงข้าม เช่น ในประเทศอังกฤษ องค์กรด้านสุขภาพรายงานถึงปัญหาการข่มขู่คุกคามต่อบุคคลหรือองค์กรที่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์⁽⁵⁾ การให้เงินสนับสนุนพรรคการเมือง นักการเมือง หรือผู้กำหนดนโยบาย⁽⁶⁻⁸⁾ (2) กลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์ ได้แก่ การให้ทุนทำวิจัยและมีอิทธิพลต่อทุกขั้นตอนของกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ตั้งแต่การผลิตหลักฐานไปจนถึงการเผยแพร่และการใช้งานจากผลการศึกษา⁽⁸⁾ การใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปอาหารและผลิตอาหาร และสามารถยืดเวลาการหมดอายุของอาหารเพื่อลดต้นทุนการผลิต⁽⁹⁾ (3) กลยุทธ์การตลาด ได้แก่ การโฆษณาสินค้า การส่งเสริมการขายด้วยการลดแลก แจกแถม การชิงโชค การใช้ผู้มีชื่อเสียงหรือตัวการ์ตูน และการเพิ่มจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น⁽⁸⁾ (4) กลยุทธ์ทางห่วงโซ่อุปทานและการจัดการของเสีย ได้แก่ การขยายหรือควบคุมการผลิตหรือต้นน้ำ เช่น การทำสัญญากับคู่ค้าเพื่อควบคุมการผลิตหรือควบคุมต้นทุนการผลิต การลงทุนในบริษัทย่อยเพื่อควบคุมการขายและการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และใบอนุญาต การขยายและควบคุมกระบวนการ

ปลายน้ำ เช่น การเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตในประเทศที่น่าสนใจ การลงทุนในผู้เล่นและกระบวนการเพื่อปรับปรุงระบบการจัดการในห่วงโซ่อุปทาน ความร่วมมือเชิงกลยุทธ์และข้อตกลงเพื่อปรับปรุงระบบการจัดการในห่วงโซ่อุปทานและการทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น ประเทศอินเดียพบว่าการดำเนินงานของโรงงานน้ำอัดลมก่อให้เกิดการปล่อยของเสียที่เป็นพิษและการปนเปื้อนในน้ำใต้ดิน ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น⁽⁶⁾ (5) กลยุทธ์ทางแรงงานและการจ้างงาน ได้แก่ การทำให้กฎระเบียบของตลาดแรงงานอ่อนแอลง สัญญาจ้างด้วยวิธีค่าจ้าง การชดเชย หรือสิทธิในการลาไม่เพียงพอ ไม่เป็นธรรม การไม่สร้างช่องทางเพื่อเยียวยาผู้ประสบภัย/ปัญหา และสภาพแวดล้อมในที่ทำงานไม่ปลอดภัยและไม่ดีต่อสุขภาพ (6) กลยุทธ์การจัดการด้านการเงิน ได้แก่ การหนีหรือเลี่ยงภาษี การส่งเสริมสินเชื่อและหนี้ การควบรวมกิจการ การเข้าซื้อกิจการ และการซื้อกิจการ และการจำกัดการแข่งขันและกำจัดผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าหรือดีต่อสุขภาพออกจากตลาด และ (7) กลยุทธ์การบริหารจัดการชื่อเสียง ได้แก่ การจัดกิจกรรมแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibility; CSR) การประชาสัมพันธ์ เช่น บริษัทที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การจ้างงานกลุ่มเปราะบาง การสร้างความร่วมมือภาครัฐและเอกชน (public private partnerships; PPPs) และการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรสื่อ⁽⁸⁾ การดำเนินธุรกิจดังกล่าวเพื่อมุ่งแสวงหากำไร ความมั่งคั่ง และอำนาจให้แก่ธุรกิจของตน^(6,8,9) แต่กลับส่งผลกระทบต่อผลลัพธ์ด้านสุขภาพ เช่น การเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง โรคติดต่อ และโรคระบาด รวมถึงการบาดเจ็บบนท้องถนน และจากอาวุธ ความรุนแรง และภาวะสุขภาพจิต^(10,11) ดังนั้น การดำเนินธุรกิจ 7 กลยุทธ์ของภาคธุรกิจหรือบริษัทเอกชน จึงส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชนในทุกประเทศ^(10,12)

ที่ผ่านมาประเทศไทยมีการศึกษาการดำเนินธุรกิจและผลกระทบต่อสุขภาพจากการดำเนินธุรกิจของยาสูบ⁽¹³⁻¹⁵⁾ และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์⁽¹⁶⁾ และการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองของบริษัทอาหาร⁽⁷⁾ อย่างไรก็ตาม การศึกษาดังกล่าวศึกษาดำเนินงานของธุรกิจไม่ครอบคลุมทั้ง 7 กลยุทธ์ และยังไม่พบการศึกษาผลกระทบต่อสุขภาพจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร อีกทั้งข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร ที่ส่งผลกระทบต่อคนไทยและสังคมไทยเป็นสิ่ง

จำเป็นและสำคัญ เพราะบริษัทอาหาร สามารถมีอิทธิพลต่อบรรทัดฐานและค่านิยมทางสังคม ระบบการเมืองและเศรษฐกิจ นโยบาย สภาพแวดล้อม รายได้ และพฤติกรรมของคนในสังคม⁽⁸⁾ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานั้นสามารถทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแสวงหาแนวทางแก้ไขการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารที่ส่งผลกระทบต่อสังคม และลดผลกระทบทางสุขภาพของประชากรที่อาจเกิดขึ้นได้จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร ในประเทศไทย

วิธีการศึกษา

รูปแบบแผนการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูงในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบกรณีศึกษา จากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูงในประเทศไทย การคัดเลือกกรณีศึกษาใช้การวิจัยเอกสารเพื่อคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มบริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูงที่มีความเหมาะสม โดยพิจารณาจาก (1) บริษัทและแบรนด์ทั้งบริษัทข้ามชาติและบริษัทของประเทศไทยที่มีการผลิตและจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มหลากหลาย และมีส่วนแบ่งจากการขายและส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด 5 ลำดับแรก เพราะสะท้อนยอดขายของผลิตภัณฑ์และเป็นตัววัดผลการดำเนินธุรกิจของบริษัท และแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการเข้าถึงผู้บริโภค จากฐานข้อมูล Euromonitor International Database เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566⁽¹⁷⁻²²⁾ และ (2) ข้อเสนอแนะจากคณะที่ปรึกษาของโครงการ ดังนั้น การศึกษานี้คัดเลือกบริษัทอาหารแปรรูปพิเศษใช้เกณฑ์ทั้ง 2 เกณฑ์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การวิจัยเอกสาร

การทบทวนและวิเคราะห์เอกสารและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกเอกสาร (inclusion criteria)

ได้แก่ (1) เอกสารที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มหรือบริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูง (2) เอกสารที่กล่าวถึงการดำเนินงาน กลยุทธ์ หรือผลกระทบของบริษัทต่อด้านนโยบาย สังคม สิ่งแวดล้อม หรือเศรษฐกิจ และ (3) เอกสารที่เผยแพร่ในรายงานทางวิชาการ รายงานองค์กรหรือแหล่งข้อมูลสาธารณะ เกณฑ์การคัดออก (exclusion criteria) ได้แก่ เอกสารที่ไม่เกี่ยวข้องกับบริบทของประเทศไทย เอกสารที่ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินงานของบริษัทอาหาร หรือเอกสารที่มีข้อมูลซ้ำซ้อนกับแหล่งข้อมูลอื่น ทีมวิจัยสืบค้นแหล่งข้อมูลผ่านเว็บไซต์ของบริษัท (ทั้งในประเทศและต่างประเทศ) เว็บไซต์ขององค์กรเอกชน เช่น สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สมาอุตสาหกรรมเครื่องดื่มไทย พรรคการเมือง ฐานข้อมูลห้องสมุด มหาวิทยาลัยใหญ่ในประเทศไทย เช่น มหาวิทยาลัยมหิดล ฐานข้อมูลหนังสือพิมพ์ (เช่น ข้อมูลข่าว News Center X; NCX) ฐานข้อมูลข่าวออนไลน์แบบเรียลไทม์ ครอบคลุมหนังสือพิมพ์และนิตยสารทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงสื่อออนไลน์ แหล่งข้อมูลจากบริษัทจดทะเบียน จากตลาดหลักทรัพย์) บทความวิชาการที่ได้รับการตีพิมพ์ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ เว็บไซต์และสื่อสิ่งพิมพ์ขององค์กรภาครัฐ เช่น กระทรวงและกรม เว็บไซต์ขององค์กรภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงการคลัง กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ กระทรวงแรงงาน สภานิติบัญญัติ สภาผู้แทนราษฎร วุฒิสภา สรุปรายงานการประชุมกรมการคณะต่างๆ และโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก เว็บไซต์องค์กรไม่แสวงผลกำไร เช่น เครือข่ายเด็กไทยไม่กินหวาน ศูนย์วิชาการคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค สมาคมเครือข่ายโรคไม่ติดต่อไทย) เว็บไซต์นิตยสารเกี่ยวกับการตลาด เช่น Position, Marketing Oops, Marketeer และ Brand Buffet เพื่อเข้าถึงประเภทของข้อมูลหรือเอกสารที่นำมาวิเคราะห์กลยุทธ์ เช่น รายงานประจำปี ข่าว รายงานการประชุม โดยสืบค้นข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2567

คำสำคัญที่ใช้ในการสืบค้น (keywords) ได้แก่ ชื่อบริษัทอาหาร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผลกระทบ กลยุทธ์การดำเนินงาน/ธุรกิจ การเมือง การวิจัย การตลาด

ห่วงโซ่อุปทาน การจัดการของเสีย แรงงาน การจ้างงาน การเงิน ภาษี การแสดงความรับผิดชอบต่อสังคม

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก

การคัดเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องแบบเจาะจง (purposive sampling) ใช้หลักเกณฑ์พิจารณา 3 เกณฑ์ จาก (1) การใช้ข้อมูลผลการศึกษาวิจัยเอกสาร (2) การสุ่มตัวอย่างแบบอ้างอิงด้วยบุคคลและผู้เชี่ยวชาญ (snowball sampling) ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์หรือบทบาทที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอุตสาหกรรมอาหารและนโยบายสาธารณะ เช่น ผู้ที่ทำงานด้านนโยบายอาหารและโภชนาการ นักวิชาการ ผู้แทนองค์กรภาคประชาสังคม หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการติดตามหรือวิเคราะห์บทบาทของอุตสาหกรรมอาหาร ไม่น้อยกว่า 5 ปี และ (3) คำแนะนำของที่ปรึกษาโครงการนี้ ที่วิจัยสัมภาษณ์ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจำนวน 30 คน ได้แก่ ผู้แทนจากภาคการเมือง จำนวน 3 คน ภาครัฐ จำนวน 7 คน ภาควิชาการ จำนวน 4 คน แบ่งเป็นภาควิชาการของภาครัฐ 3 คน และภาควิชาการของภาคเอกชน 1 คน ภาคประชาสังคม จำนวน 7 คน ภาคสื่อมวลชน จำนวน 2 คน สมาคมจากการรวมตัวของกลุ่มบริษัทอาหาร จำนวน 2 คน และบริษัทอาหาร จำนวน 5 คน แบ่งเป็นพนักงานของบริษัทอาหาร ข้ามชาติขนาดใหญ่ จำนวน 2 คน บริษัทอาหารของประเทศไทยขนาดใหญ่ 2 คน และบริษัทอาหารของประเทศไทยขนาดเล็ก 1 คน

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในบทความนี้ ได้แก่ (1) ตารางการสังเคราะห์ (synthesis matrix) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องซึ่งมาจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร 7 กลยุทธ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์ทางการเมือง กลยุทธ์ทางวิทยาศาสตร์ กลยุทธ์ทางการตลาด กลยุทธ์ทางห่วงโซ่อุปทานและการจัดการของเสีย กลยุทธ์ทางแรงงานและการจ้างงาน กลยุทธ์ทางการจัดการด้านการเงิน และ กลยุทธ์ทางการบริหารจัดการชื่อเสียง^(8,23) และ (2) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร 7 กลยุทธ์

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

การพัฒนาตารางการสังเคราะห์และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร ใช้การประชุมที่ปรึกษาโครงการวิจัยจำนวน 2 ครั้ง เพื่อให้ที่ปรึกษาโครงการวิจัยให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงตารางการสังเคราะห์และแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จากนั้นที่วิจัยนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างไปสัมภาษณ์กับบุคคลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อตรวจสอบความเข้าใจและความชัดเจนของคำถาม รวมทั้งความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์กับกลุ่มเป้าหมาย อันนำไปสู่ปรับปรุงแก้ไขแบบสัมภาษณ์ให้มีความถูกต้องและมีความน่าเชื่อถือก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล

การตรวจสอบคุณภาพข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่วิจัยใช้หลักการในลักษณะการตรวจสอบสามเส้าที่วางหลักไว้ว่าประเด็นเดียวกันที่ต้องการค้นหาหากรวบรวมข้อมูลจากต่างวิธีกัน (difference method) รวบรวมข้อมูลจากต่างเวลา (difference time) รวบรวมข้อมูลจากต่างสถานที่ (difference place) และรวบรวมข้อมูลจากผู้รู้จริง (difference key informant/person) เมื่อได้ข้อมูลคล้ายกัน แสดงว่าข้อมูลนั้นหนึ่งแล้ว เชื่อถือได้แล้ว เพราะข้อมูลมีความจำเริญและความซ้าซ้าที่เป็นการยืนยันว่ามีความเป็นจริง สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ได้ และที่วิจัยถอดเทปสัมภาษณ์คำต่อคำ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) เพื่อจำแนกและจัดข้อมูลเข้าแก่นสาระ คือ ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารแปรรูปชั้นสูง 7 กลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจ นักวิจัยสามคนดำเนินงานวิเคราะห์ข้อมูลด้วยกระบวนการสองขั้นตอน ขั้นตอนที่ 1 นักวิจัยคนแรกและคนที่ 2 วิเคราะห์เอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งหมดอย่างเป็นอิสระ ขั้นตอนที่ 2 นำเสนอข้อมูลการจำแนกแก่นสาระของนักวิจัยทั้งสองคน หากพบความแตกต่างบางอย่างในการจัดแก่นสาระระหว่างนักวิจัยทั้งสองนี้ นักวิจัยคนที่ 3 เข้ามาตรวจสอบ อภิปรายข้อค้นพบร่วมกัน และสรุปให้มีการแก้ไขตามฉันทามติระหว่างนักวิจัยทั้งสามคน

**การได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการพิจารณา
จริยธรรมการวิจัย**

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการศึกษาปัจจัยทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ: กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทอาหารแปรรูปพิเศษ ผ่านการพิจารณาคณะกรรมการการวิจัยในคน สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (COA. เลขที่ 2024/08-060)

ผลการศึกษา

การศึกษานี้คัดเลือกบริษัทอาหารแปรรูปชั้นสูงจำนวน 15 บริษัท ทั้งบริษัทข้ามชาติและบริษัทของประเทศไทย ซึ่งครอบคลุมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มหลายประเภท รายละเอียดของบริษัทที่ศึกษาดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดบริษัทอาหารแปรรูปชั้นสูง จำนวน 15 บริษัท

| รหัสบริษัท | ประเภทธุรกิจหลัก | อาหารแปรรูปพิเศษและเครื่องดื่มที่ครอบคลุม | รายละเอียด |
|------------|----------------------------------|--|--|
| UPF1 | สินค้าอุปโภคบริโภค | มาร์การีน ซอสสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง | บริษัทข้ามชาติจากยุโรป ผู้นำตลาดในหลายหมวดหมู่สินค้า |
| UPF2 | เกษตรอุตสาหกรรมและอาหาร | ไส้กรอก นกเก็ต อาหารพร้อมรับประทาน | ผู้นำธุรกิจอาหารไทยครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ |
| UPF3 | เครื่องดื่ม | เบียร์ ขนมหขเคี้ยว เครื่องดื่มที่มีรสหวาน | ผู้นำตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของประเทศไทย |
| UPF4 | เครื่องดื่ม | น้ำอัดลม เครื่องดื่มที่มีรสหวาน ชาพร้อมดื่ม ขนมหขเคี้ยว | บริษัทร่วมทุนด้านเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ |
| UPF5 | เครื่องดื่ม | เบียร์ ขนมหขเคี้ยว เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มที่มีรสหวาน | ผู้ผลิตเบียร์จากประเทศไทย |
| UPF6 | สินค้าอุปโภคบริโภค | บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ขนมหขเคี้ยว | ผู้นำตลาดบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปที่มีเครือข่ายการจัดจำหน่ายครอบคลุมทั่วประเทศ |
| UPF7 | อาหารและเครื่องดื่ม | อาหารเช้า ผลิตภัณฑ์นม อาหารเด็กสำเร็จรูป กาแฟ | บริษัทข้ามชาติจากสวีตเซอร์แลนด์ ด้านอาหารและโภชนาการครบวงจร |
| UPF8 | เครื่องดื่มและสินค้าอุปโภคบริโภค | เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มที่มีรสหวาน | ผู้นำผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชูกำลังจากประเทศไทย |
| UPF9 | เครื่องดื่ม | น้ำอัดลม เครื่องดื่มที่มีรสหวาน | บริษัทน้ำอัดลมจากสหรัฐอเมริกา |
| UPF10 | ขนมหขเคี้ยว | ขนมหขเคี้ยว เครื่องดื่มที่มีรสหวาน | บริษัทไทยที่เป็นผู้นำด้านขนมหขเคี้ยวที่ให้พลังงานต่ำ ดึงดูดผู้บริโภคกลุ่มวัยรุ่นเป็นหลัก |

ตารางที่ 1 รายละเอียดบริษัทอาหารแปรรูปขั้นสูง จำนวน 15 บริษัท (ต่อ)

| รหัสบริษัท | ประเภทธุรกิจหลัก | อาหารแปรรูปพิเศษและเครื่องดื่มนครอบคลุม | รายละเอียด |
|------------|----------------------|---|--|
| UPF11 | ขนมขบเคี้ยว | บิสกิต คุกกี้ ลูกอม | บริษัทบิสกิตและลูกอมสัญชาติฟิลิปปินส์ |
| UPF12 | ร้านอาหาร | โก๋ทอด เบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟรายส์ | บริษัทแฟรนไชส์ร้านอาหารจานด่วนจากสหรัฐอเมริกา |
| UPF13 | เครื่องดื่ม | เครื่องดื่มชูกำลัง เครื่องดื่มที่มีรสหวาน ขนมขบเคี้ยว | ผู้ผลิตเครื่องดื่มชูกำลังชื่อดังระดับโลก |
| UPF14 | ธุรกิจบริการและอาหาร | โก๋ทอด เบอร์เกอร์ เฟรนช์ฟรายส์ | กลุ่มธุรกิจบริการจากไทยที่ดำเนินกิจการโรงแรม ร้านอาหาร และแบรนด์ไลฟ์สไตล์ทั่วโลก |
| UPF15 | เครื่องดื่ม | บิสกิต คุกกี้ ลูกอม | ผู้ผลิตเครื่องดื่มเจลลี่และน้ำผลไม้พร้อมดื่มสำหรับเด็กและวัยรุ่นในตลาดท้องถิ่น |

ข้อมูลจากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักพบว่า กลุ่มบริษัทอาหาร ทั้งที่เป็นของประเทศไทยและข้ามชาติดำเนินธุรกิจ 7 กลุ่มธุรกิจ มีผลกระทบต่อประชาชนดังนี้

1. กลยุทธ์ทางการเมือง

กลยุทธ์ทางการเมืองของบริษัทอาหาร เกี่ยวกับการใช้การดำเนินการทางกฎหมายหรือการคุกคามต่อนโยบายสาธารณะหรือฝ่ายตรงข้าม (ดำเนินคดีหรือขู่ว่าจะดำเนินคดีกับรัฐบาล องค์กร หรือบุคคล) ผลการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากภาควิชาการ ภาคสื่อ-มวลชน และภาคประชาสังคม พบว่า บริษัทอาหาร ที่เป็นของประเทศไทยและข้ามชาติใช้การดำเนินการทางกฎหมายและการคุกคามต่อองค์กรและบุคคลที่เป็นฝ่ายตรงข้ามเปิดเผยข้อมูลการดำเนินงานของบริษัทอาหาร ที่ขัดต่อนโยบายด้านอาหารและโภชนาการ การเกษตร สิ่งแวดล้อม และแรงงานที่ดี ด้วยการข่มขู่ว่าจะฟ้องร้องหรือฟ้องร้องและดำเนินคดีกับนักวิชาการ องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร และสื่อสังคมออนไลน์

การดำเนินการดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น บริษัทอาหาร มีการข่มขู่ฟ้องคดีต่อสื่อมวลชนหรือสื่อสังคมออนไลน์ นักวิชาการ หรือภาค-

ประชาสังคม เรียกว่า การฟ้องปิดปาก (strategic lawsuit against public participation; SLAPP) หรือการนำเอากระบวนการยุติธรรมมาใช้เป็นเครื่องมือในการคุกคาม (judicial harassment) เพื่อไม่ให้ประชาชนและกลุ่มหรือองค์กรต่างๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและปกป้องประโยชน์สาธารณะจากกิจกรรมหรือกิจการต่างๆ โดยอาจมีรูปแบบการฟ้อง ทั้งทางอาญา ทางแพ่ง ทางวินัย หรือทางปกครอง ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการฟ้องรูปแบบใดก็ล้วนแต่มุ่งเน้นให้ผู้ถูกฟ้องได้รับโทษทางกฎหมาย ที่จะนำไปสู่การสูญเสียสิ่งต่างๆ มากมาย ทั้งเวลา เงิน และสุขภาพจิต ซึ่งอาจทำให้เกิดบรรยากาศของความหวาดกลัว (chilling effect) และลดทอนเสรีภาพในการแสดงออกและยับยั้งการให้ข้อมูลแก่สาธารณะชน ดังตัวอย่างกรณีที่สื่อออนไลน์รายหนึ่งมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบต่อสุขภาพของพนักงานในบริษัทย่อยของบริษัทอาหาร ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งต้องปรับเนื้อหาและลบข้อมูลบางส่วนออกไปภายหลัง ซึ่งสะท้อนถึงการใช้กลไกทางกฎหมายในการระงับข้อมูลข่าวสารบางประเภท

2. กลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์

ผลการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคมเกี่ยวกับการ

ดำเนินกลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์ของบริษัทอาหาร การวางกรอบหลักฐานทางวิชาการและการโต้แย้งด้วยการให้ทุนวิจัย ทั้งทางวิชาการ สถาบันวิจัย และกลุ่มองค์กรหน้าฉาก รวมทั้ง การให้ทุนสนับสนุนการเข้าร่วมประชุมวิชาการระดับนานาชาติ แก่นักวิชาการหรือบุคลากรทางการแพทย์ พบว่า การให้ทุนดังกล่าว ทำให้ผลการวิจัยเอนเอียงไปในทิศทางที่เอื้อประโยชน์ต่อบริษัทอาหาร และการให้ทุนสนับสนุนการเข้าร่วมประชุมในระดับนานาชาติหรือศึกษาดูงานในต่างประเทศ ทำให้กลุ่มบุคคลที่ได้รับทุน ออกมาได้แย้งในนามของสมาคมวิชาชีพต่างๆ ต่อนโยบายหรือมาตรการของหน่วยงานภาครัฐ และสนับสนุนนโยบายที่เอื้อต่อบริษัทอาหาร

การวิจัยเอกสารการดำเนินกลยุทธ์ด้านวิทยาศาสตร์ของบริษัทอาหารด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการใช้เทคโนโลยีในการแปรรูปอาหารและผลิตอาหาร และสามารถยืดเวลาการหมดอายุของอาหาร เพื่อลดต้นทุนการผลิต สารเคมีที่ทำให้ดีดรสชาติ หรือมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ พบว่า กลุ่มบริษัทอาหาร ทั้งที่เป็นของไทยและข้ามชาติ ใช้สารเคมีที่ทำให้ดีดรสชาติหรือมีความเสี่ยงต่อสุขภาพ เช่น เครื่องปรุงรสแบบซูปก้อนใช้มอโนโซเดียมแอล-กลูตาเมต หรือผงชูรส ในขณะที่เครื่องดื่มรสหวานและน้ำอัดลมใช้สารให้ความหวานแทนน้ำตาล ได้แก่ ซูคราโลสและแอสซัลเฟมโพแทสเซียม และสารกาเฟอีน ซึ่งข้อมูลวิชาการระบุว่า การใช้สารดังกล่าวมีความเสี่ยงต่อการเสพติดและสุขภาพได้ เช่น ข้อมูลจากงานวิจัยพบว่า ซูคราโลส (sucralose) ซึ่งเป็นสารให้ความหวานแทนน้ำตาล เมื่อเข้าสู่ร่างกายจะถูกย่อยและเปลี่ยนเป็นสารหลายชนิด หนึ่งในนั้นคือ sucralose-6-acetate เป็นสารที่ละลายในไขมัน และอาจ (1) ทำลายดีเอ็นเอ สารนี้มีฤทธิ์ทำให้ดีเอ็นเอในเซลล์เสียหายหรือแตกหัก ซึ่งถ้าร่างกายซ่อมแซมไม่สมบูรณ์ อาจเพิ่มความเสี่ยงในการเกิดมะเร็ง (2) ทำให้เกิดลำไส้รั่ว สารนี้อาจทำให้ผนังลำไส้เสียสมดุล ทำให้ของเสียที่ควรขับถ่ายกลับดูดซึมเข้ากระแสเลือด เป็นปัญหาต่อสุขภาพในระยะยาว และ (3) ทำให้เกิดความเครียดในระดับเซลล์ (oxidative stress) เมื่อเซลล์ผนังลำไส้สัมผัสกับสารนี้จะมีอนุมูลอิสระเกิดขึ้นมากเกินไป จะทำลายเซลล์ต่างๆ และเกี่ยวข้องกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ได้แก่ เบาหวาน โรคหลอดเลือดและหัวใจ และความดันโลหิตสูง

นอกจากนี้ ผลผลิตภัณฑ์ของบริษัทอาหาร ออกแบบมาให้มีรสชาติที่ถูกปากของผู้บริโภค เมื่อสัมผัสดีเป็นพิเศษ เช่น กรอบ นุ่มฟู ฉ่ำ แต่งสีเติมกลิ่น ให้อาหารน่ากินยิ่งขึ้น ย่อยง่าย ดูดซึมไว ทำให้พลังงานเข้าสู่ร่างกายเร็ว จนร่างกายหลงคิดว่าเป็นแหล่งพลังงานที่ดีและส่งผลให้คุณให้สมองอยากกินเพิ่ม เมื่อบริโภคผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดความเสี่ยงต่อการเพิ่มน้ำหนักตัว ยังทำลายร่างกายของมนุษย์และเพิ่มความเสี่ยงต่อการป่วยเป็นโรคหัวใจ โรคหลอดเลือดสมอง โรคมะเร็ง โรคเกี่ยวกับระบบเผาผลาญ และภาวะซึมเศร้า ความเสี่ยงของโรคเหล่านี้จะเพิ่มสูงขึ้นตามปริมาณการบริโภคอาหารเหล่านี้เข้าไปโดยไม่เกี่ยวข้องกับน้ำหนักตัวที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่คนที่บริโภคอาหารเหล่านี้แล้วน้ำหนักตัวไม่เพิ่มขึ้น ยังมีความเสี่ยงต่อโรคสมองเสื่อม และโรคลำไส้อักเสบเรื้อรังมากขึ้นด้วย

3. กลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาดของบริษัทอาหาร ใช้ผู้มีชื่อเสียง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (เช่น ใช้ภาพการ์ตูน คนดัง อาหารสถานที่ท่องเที่ยว) และการเพิ่มจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ จากงานวิจัยเอกสารพบว่า การจัดกิจกรรมไลฟ์สดด้วยการใช้ผู้มีชื่อเสียงเป็นผู้แสดงแบบบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏภาพผู้มีชื่อเสียง และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ช่องทางออนไลน์ มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค นอกจากนี้ การวิจัยเอกสารเกี่ยวกับการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบและการวิเคราะห์เชิงอภิमानของผลกระทบการตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่ไม่ดีต่อสุขภาพ พบว่า การตลาดอาหารมีความเกี่ยวข้องกับการบริโภค การเลือก ความชอบ และความต้องการซื้อที่เพิ่มขึ้นในเด็กและวัยรุ่น

ในขณะที่การศึกษาผลกระทบการตลาดอาหารในประเทศไทย ระบุว่า เด็กไทยอายุ 10-18 ปี ที่พบเห็นการใช้คนดังหรือ influencer การส่งเสริมการขายหรือการสนับสนุนที่โรงเรียนของพวกเขา การใช้พนักงานขายในซูเปอร์มาร์เก็ต และบรรจุภัณฑ์อาหารแสดงตัวการ์ตูนเด็ก มีแนวโน้มชอบซื้อ และบริโภคอาหารที่ทำการตลาดมากขึ้น เมื่อเทียบกับเด็กที่ไม่ได้พบเห็นการตลาดเหล่านี้ ยกตัวอย่างเช่น เด็กที่พบเห็นคนดังเป็นผู้แสดงแบบ มีแนวโน้มที่จะชอบอาหารดังกล่าวมากขึ้นประมาณร้อยละ 23 และร้อยละ 22 มีแนวโน้มที่จะซื้อหรือร้องขอให้ผู้ปกครองซื้อและบริโภค

อาหารดังกล่าว เด็กที่พบเห็นบรรจุภัณฑ์อาหารแสดงตัวการ์ตูน มีแนวโน้มที่จะชอบอาหารดังกล่าวมากขึ้นประมาณร้อยละ 26 และร้อยละ 19 มีแนวโน้มที่จะซื้อหรือร้องขอให้ผู้ปกครองซื้ออาหารดังกล่าวมากขึ้น และเด็กที่พบเห็นการลดราคา ร้อยละ 33 มีแนวโน้มบริโภคอาหารดังกล่าวเพิ่มขึ้น

บริษัทอาหาร ใช้การชิงโชคชิงรางวัล ซึ่งก่อให้เกิดการเสพติดและมีผลต่อสมอง การชิงโชคสามารถกระตุ้นระบบให้รางวัลซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเรียนรู้และสร้างแรงจูงใจ เมื่อทำกิจกรรมที่ให้ผลตอบแทนที่น่าพึงพอใจ ระบบนี้จะปล่อยสารเคมีที่ชื่อว่า dopamine ซึ่งทำให้รู้สึกมีความสุข และต้องการทำกิจกรรมนั้นซ้ำอีก เมื่อเราชนะหรือเป็นผู้โชคดีที่ได้รับรางวัลหรือได้รับผลตอบแทนจากการลงทุน (ซื้อสินค้า ส่งชิงโชค แล้วได้รับรางวัล) สมองจะหลั่งโดพามีนออกมา ทำให้รู้สึกดีและต้องการเสี่ยงโชคอีก อย่างไรก็ตาม ความพิเศษของกิจกรรมนี้ คือ ผลลัพธ์ที่ไม่แน่นอน ทำให้สมองไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะได้รับรางวัลเมื่อไร จึงทำให้สมองอยู่ในภาวะตื่นตัวและหลั่งโดพามีนออกมาอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าเราจะไม่ได้ชนะทุกครั้ง แต่ความหวังว่าจะชนะในครั้งต่อไป จะทำให้ติดอยู่กับวงจรของการชิงโชคต่อไป เมื่อเสพติดการชิงโชค จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างและการทำงานของสมองในระยะยาว โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมอารมณ์ การตัดสินใจ และการยับยั้งชั่งใจ ซึ่งอาจทำให้มีความต้องการในการเสี่ยงโชคมากขึ้นเรื่อยๆ เพื่อให้ได้ความรู้สึที่ดีแบบเดิมไม่สามารถควบคุมตัวเองให้หยุดเล่นได้ และมีแนวโน้มที่จะมีปัญหาสุขภาพจิต เช่น ภาวะซึมเศร้า และวิตกกังวล

4. กลยุทธ์ทางห่วงโซ่อุปทานและการจัดการของเสีย

กลยุทธ์ทางห่วงโซ่อุปทานของบริษัทอาหาร คือ การขยายหรือควบคุมผู้ผลิตด้วยการทำสัญญากับคู่ค้า เพื่อควบคุมการผลิตหรือควบคุมต้นทุนการผลิต ผลการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากภาคประชาสังคมพบว่า การดำเนินงานดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความไม่เป็นธรรมและความไม่เท่าเทียมระหว่างบริษัทอาหารและผู้ผลิตภายใต้สัญญา เช่น การขาดอำนาจในการต่อรอง การก่อกองหรือสร้างหนี้สินให้เกษตรกร และยังส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของผู้ผลิตภายใต้สัญญา เช่น ภาวะเครียดและวิตกกังวล ความหวาดกลัว

ผลการวิจัยเอกสารการดำเนินกลยุทธ์ทางห่วงโซ่อุปทานของบริษัทอาหาร ด้วยการขยายและควบคุมกระบวนการปลายน้ำเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตในประเทศที่นำสนใจ พบว่า บริษัทอาหาร ที่เป็นของประเทศไทยได้ขยายไปประเทศเพื่อนบ้าน แต่การดำเนินธุรกิจดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมด้านมลพิษทางอากาศของประเทศไทย เช่น การเกิดฝุ่นข้ามแดนส่วนหนึ่งเกิดจากการเผาในพื้นที่ปลูกข้าวโพดในประเทศเมียนมาร์

ผลการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักจากภาครัฐและภาคเอกชนเกี่ยวกับการจัดการของเสีย บริษัทอาหาร ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น โรงงานของบริษัทอาหาร ปล่อยน้ำเสียลงในแม่น้ำ ส่งผลกระทบต่อประชาชนรอบบริเวณโรงงาน เช่น น้ำเน่าเสียส่งกลิ่นเหม็น พืชสวนไร่นาได้รับความเสียหาย และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นการทำลายระบบนิเวศ คือ ปลาในแม่น้ำเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ การทำเกษตรกรรมเชิงเดี่ยว เช่น การปลูกข้าวโพด การปลูกอ้อยยังทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น การเกิดมลภาวะจากโรงเรือนเลี้ยงหมูหรือไก่ การจัดการของเสียด้วยวิธีเผาหลังการเก็บเกี่ยวข้าวโพดและอ้อยทำให้เกิดฝุ่นหรือมลพิษทางอากาศ และทำให้ฐานทรัพยากรเสื่อมโทรม

5. กลยุทธ์ทางแรงงานและการจ้างงาน

แม้ว่ากลยุทธ์ของการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารแปรรูปขึ้นสูงทางแรงงานและการจ้างงานของบริษัทอาหาร จะไม่ปรากฏในแหล่งข้อมูลเอกสารที่นำมาศึกษา การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งจากภาคเอกชนและภาคประชาสังคมยืนยันว่า บริษัทอาหาร ที่เป็นของประเทศไทยขัดขวางการจัดตั้งสหภาพแรงงาน ซึ่งส่งผลให้ลูกจ้างหรือแรงงานขาดหลักประกันด้านสิทธิของแรงงานและการต่อรองกับนายจ้าง เพื่อแก้ไขปัญหาความขัดแย้งระหว่างนายจ้างและแรงงาน รวมทั้งให้แรงงานได้รับการจ้างงานที่เป็นธรรม นอกจากนี้ การสัมภาษณ์ภาคประชาสังคมและภาคเอกชนพบว่า พักไม่เป็นไปตามสัญญาจ้าง และไม่มีค่าจ้างเมื่อทำงานล่วงเวลา หรือจ่ายค่าทำงานล่วงเวลาไม่ครบตามชั่วโมงการทำงาน ซึ่งทำให้ลูกจ้างไม่ได้รับการจ้างงานที่เป็นธรรม

6. กลยุทธ์การจัดการด้านการเงิน

กลยุทธ์การจัดการด้านการเงิน ได้แก่ การจำกัดการแข่งขันและกำจัดผลิตภัณฑ์ที่เหนือกว่าหรือดีต่อสุขภาพออกจากตลาด ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งจาก

ภาคประชาสังคมและบริษัทอาหาร พบว่า บริษัทอาหาร รายใหญ่ของประเทศไทยจำกัดการแข่งขันของผู้ประกอบการ รายย่อยด้วยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการ รายย่อยและดำเนินการจดสิทธิบัตรก่อนผู้ประกอบการ รายย่อย ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยขาดความมั่นใจ เรื่องการฟ้องร้องบริษัทอาหาร เพราะบริษัทอาหาร ดังกล่าวมีเครือข่ายผู้พิพากษา และอาจทำให้ผู้ประกอบการ รายย่อยสูญเสียทั้งโอกาสทางเศรษฐกิจและสิทธิในการ ใช้ผลิตภัณฑ์ของตนเองอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ในหลายกรณี ผู้ประกอบการรายย่อยอาจไม่มีทุนทรัพย์ หรือความรู้ด้านกฎหมายเพียงพอในการโต้แย้งสิทธิบัตร ที่จดโดยบริษัทใหญ่ ส่งผลให้ต้องยุติการผลิตหรือเปลี่ยน ทิศทางธุรกิจทั้งที่เป็นผู้คิดค้นดั้งเดิม

7. กลยุทธ์การบริหารจัดการชื่อเสียง

ผลการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

ทั้งจากสื่อมวลชนและภาคประชาสังคมเกี่ยวกับการดำเนิน กลยุทธ์การบริหารจัดการชื่อเสียงของบริษัทอาหาร โดยสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับองค์กรสื่อ นักข่าว และ บล็อกเกอร์ พบว่า การสร้างความสัมพันธ์นี้ทำให้สื่อมวลชน ไม่นำเสนอข่าวเชิงลบของบริษัทอาหาร ซึ่งทำให้เกิดการ เซ็นเซอร์ตนเองของสื่อมวลชน รวมทั้งส่งผลต่อการ นำเสนอข่าวในทิศทางที่บริษัทต้องการ เช่น เมื่อมีข้อมูล ผลเสียจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร เกิดขึ้น สื่อบางสื่อมีการนำเสนอข่าวโดยผลกระทบความรับผิดชอบ ไปยังหน่วยงานภาครัฐที่บังคับใช้กฎหมายแทนการมุ่งเป้า ไปตรวจสอบการดำเนินธุรกิจของบริษัท เป็นต้น

ผลการศึกษาข้างต้นสามารถสรุปภาพรวมของผล- กระทบจากการดำเนินงานของบริษัทอาหารแปรรูปชั้นสูง ในประเทศไทยทั้ง 7 ด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปผลกระทบจากการดำเนินงานของบริษัทอาหารแปรรูปชั้นสูงในประเทศไทย

| ด้านผลกระทบ | ลักษณะผลกระทบที่พบจากการศึกษา | ตัวอย่างกลยุทธ์หรือการดำเนินงานของบริษัท |
|-------------------------------|---|--|
| 1. ด้านการเมืองและนโยบาย | บริษัทมีความสัมพันธ์กับผู้กำหนดนโยบายและมีส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบาย | การเข้าร่วมคณะกรรมการนโยบาย การสร้างเครือข่ายกับผู้กำหนดนโยบาย |
| 2. ด้านวิชาการและงานวิจัย | การสนับสนุนทุนวิจัยหรือกิจกรรมทางวิชาการที่อาจส่งผลต่อทิศทางขององค์-ความรู้ | การสนับสนุนทุนวิจัย การจัดกิจกรรมทางวิชาการ |
| 3. ด้านการตลาดและการสื่อสาร | การใช้กลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อผลิตภัณฑ์ | การประชาสัมพันธ์ การทำกิจกรรม CSR |
| 4. ด้านสื่อมวลชน | การสร้างความสัมพันธ์กับสื่อหรือการสนับสนุนกิจกรรมของสื่อ | การสนับสนุนกิจกรรมสื่อ การโฆษณา |
| 5. ด้านห่วงโซ่อุปทานและแรงงาน | การดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อแรงงานหรือผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทาน | การกำหนดเงื่อนไขการผลิต การจ้างงาน |
| 6. ด้านสิ่งแวดล้อม | การดำเนินธุรกิจที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม | การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การจัดการของเสีย |
| 7. ด้านเศรษฐกิจและสังคม | การดำเนินงานของบริษัทส่งผลต่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคม | การลงทุน การสร้างภาพลักษณ์ต่อสังคม |

วิจารณ์

การศึกษาวิจัยเอกสารและสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อระบุผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจ 7 กลยุทธ์ของบริษัทอาหาร ทั้งที่เป็นของประเทศไทยและข้ามชาติในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า บริษัทอาหารใช้กฎหมายหรือข่มขู่ทางกฎหมายเพื่อปิดปากนักวิชาการ สื่อ และภาคประชาสังคม⁽²⁴⁻²⁶⁾ การบิดเบือนหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ผ่านการให้ทุนวิจัยและสนับสนุนทางวิชาการ^(27,28) การออกแบบผลิตภัณฑ์และการทำการตลาด⁽²⁹⁾ ที่กระตุ้นการซื้อและบริโภคผลิตภัณฑ์ของตนเอง⁽³⁰⁻³²⁾ การควบคุมห่วงโซ่อุปทานที่ส่งผลต่อความเป็นธรรมของผู้ผลิต⁽³³⁾ รวมทั้งการจัดการของเสียที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม⁽³⁴⁻³⁶⁾ นอกจากนี้ บริษัทอาหาร ยังละเมิดสิทธิแรงงาน จำกัดการแข่งขันทางธุรกิจ⁽³⁷⁾ และการจัดการชื่อเสียงผ่านการสร้างความสัมพันธ์สื่อเพื่อหลีกเลี่ยงการนำเสนอผลกระทบเชิงลบของบริษัท⁽³⁸⁾ การดำเนินกลยุทธ์ของธุรกิจเหล่านี้ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางอำนาจ เสรีภาพในการแสดงออกลดลง และเป็นอุปสรรคต่อการกำหนดนโยบายสาธารณะที่ปกป้องผลประโยชน์สาธารณะ^(7,8)

บริษัทอาหาร คุกคามฝ่ายตรงข้ามด้วยการฟ้องปิดปากฝ่ายตรงข้ามที่เปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัท⁽²⁴⁻²⁶⁾ ซึ่งทำให้เกิดบรรยากาศของความหวาดกลัว ลดทอนเสรีภาพในการแสดงออก และยับยั้งการให้ข้อมูลแก่คนในสังคม⁽³⁹⁻⁴¹⁾ สอดคล้องกับงานวิจัยอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในประเทศบราซิล ที่มีการข่มขู่ผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข รวมถึงการขู่ว่าจะฟ้องร้อง ทำให้พวกเขาเงียบเสียง ซึ่งส่งผลกระทบต่อนโยบายสาธารณะของประเทศ⁽⁴²⁾ และงานวิจัยเรื่อง “ภายใต้อิทธิพล: ผลกระทบในระดับระบบขององค์กรให้ข้อมูลด้านสุขภาพที่ได้รับทุนจากอุตสาหกรรมแอลกอฮอล์” ของประเทศอังกฤษเสนอแนวทางเพื่อรับมือกับการข่มขู่คุกคามของบริษัท ดังนี้ (1) รายงานและติดตามเหตุการณ์การข่มขู่คุกคาม (2) เตรียมความพร้อมให้กับบุคคลผ่านการสร้างความตระหนักรู้และการอบรม เช่น ด้านความปลอดภัยทางไอที ความรู้ด้านกฎหมาย และ (3) ให้การสนับสนุนผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือผ่านคำปรึกษาทางกฎหมาย และเครือข่ายการสนับสนุนจากเพื่อนร่วมงาน

(4) ดังนั้น หน่วยงานต้นสังกัดควรนำข้อเสนอจากงานวิจัยในประเทศอังกฤษมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับประเทศไทย บริษัทอาหาร ในประเทศไทยทำลายสิ่งแวดล้อม⁽³⁴⁻³⁶⁾ สอดคล้องกับรัฐเกรละ (Kerala) ประเทศอินเดียที่ระบุว่าบริษัทน้ำอัดลมเปิดโรงงานบรรจุขวดของน้ำอัดลมในรัฐเกรละปล่อยของเสียที่เป็นพิษ ทำให้เกิดการปนเปื้อนในน้ำใต้ดิน ถึงแม้โรงงานปิดตัวลงแต่ชุมชนท้องถิ่นไม่ได้รับค่าชดเชยเต็มจำนวนจากการดำเนินงานของโรงงาน⁽⁸⁾ ประเทศไทยมีประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่องการจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว พ.ศ. 2566⁽⁴³⁾ ออกตามความในพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535⁽⁴⁴⁾ พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2562 ฉบับที่ 2⁽⁴⁵⁾ และฉบับที่ 3⁽⁴⁶⁾ ผู้ก่อกำเนิดของเสียต้องรับผิดชอบการจัดการของเสีย ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางอย่างถูกต้อง ไม่สามารถโอน-ความรับผิดชอบให้ผู้รับดำเนินการได้ทั้งหมด โดยต้องบรรจุของเสียอย่างปลอดภัย ระบุข้อมูลที่ชัดเจน และมีแผนผังการจัดเก็บที่ตรวจสอบได้ การนำของเสียออกจากโรงงานต้องขออนุญาตจากกรมโรงงานอุตสาหกรรม และรายงานการจัดการประจำปีผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ภายในวันที่ 1 เมษายนของทุกปี หากละเลยอาจถูกปรับสูงสุด 20,000 บาท ทั้งนี้ ผู้ก่อกำเนิดต้องควบคุมให้ผู้รับดำเนินการปฏิบัติตามกฎหมาย หากไม่สามารถจัดการได้ ต้องแจ้งกรมภายใน 5 วัน และขออนุญาตจัดส่งไปยังรายใหม่ภายใน 30 วัน⁽⁴³⁾ ดังนั้น กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ควรพัฒนาโครงสร้างการกำกับดูแลแบบธรรมาภิบาลจากล่างขึ้นบนด้วยการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของการกำกับดูแลให้เป็นแบบความร่วมมือแบบพหุภาคี (multi-sectoral collaboration) ที่กระจายอำนาจให้ประชาชนในพื้นที่และสื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการดำเนินงานของบริษัทอาหาร ร่วมกับกรมและกรม ควรสร้างความร่วมมือกับกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีในการตรวจสอบการจัดการของเสีย ในขณะที่บริษัทอาหาร ควรเปิดเผยข้อมูลการจัดการของเสียแก่สาธารณะ

บริษัทอาหาร ไม่มีค่าจ้างเมื่อทำงานล่วงเวลาหรือจ่ายค่าทำงานล่วงเวลาไม่ครบตามชั่วโมงการทำงาน ซึ่งเป็นการกระทำที่ผิดกฎหมายแรงงาน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 53 กำหนดให้นายจ้าง

จ่ายค่าล่วงเวลาให้แก่ลูกจ้าง หากนายจ้างไม่ดำเนินการดังกล่าว มาตรา 146 กำหนดให้ต้องระวางโทษปรับไม่เกิน 20,000 บาท⁽⁴⁷⁾ และผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการดำเนินงานของบริษัทอาหารฯ ดังกล่าวทำให้แรงงานขาดหลักประกันด้านสิทธิของแรงงาน^(48,49) และผลการศึกษานี้ยังพบว่า บริษัทอาหารฯ มีสภาพแวดล้อมการทำงานไม่ปลอดภัยและส่งผลกระทบต่อสุขภาพกาย สอดคล้องกับข้อมูลจากงานวิชาการที่ระบุว่า การยืนเป็นเวลานานโดยไม่เปลี่ยนอิริยาบถ สามารถส่งผลให้กล้ามเนื้อบริเวณหลัง ขา และเท้าเกิดการล้าหรืออักเสบ ซึ่งเป็นสาเหตุของอาการปวดหลัง ปวดเอว และปวดขาได้ โดยเฉพาะหากพื้นรองเท้าไม่เหมาะสมหรือพื้นผิวการยืนนั้นแข็ง⁽⁵⁰⁾ และการยืนเป็นเวลานานมีผลต่อการไหลเวียนเลือด โดยเฉพาะในส่วนล่างของร่างกาย ส่งผลให้เกิดภาวะเลือดคั่งที่ขา ซึ่งอาจนำไปสู่โรคเส้นเลือดขอด (varicose veins) หรือภาวะเท้าบวม⁽⁵¹⁾ หากไม่มีการพักผ่อนหรือเปลี่ยนท่าทางเป็นระยะ ยิ่งเพิ่มความเสียดังกล่าว ในขณะที่การยกของหนักโดยใช้ท่าทางไม่ถูกต้อง หรือยกซ้ำๆ ติดต่อกัน ยังเพิ่มความเสียดต่อหมอนรองกระดูกเคลื่อนหรือบาดเจ็บที่กระดูกสันหลัง⁽⁵²⁾ และในระยะยาวผลกระทบต่อสุขภาพที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสม อาจนำไปสู่การเจ็บป่วยเรื้อรัง การสูญเสียสมรรถภาพแรงงาน และภาวะค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของทั้งลูกจ้างและนายจ้าง นอกจากนี้ ยังมีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและคุณภาพชีวิตแรงงาน⁽⁵³⁾ ดังนั้น กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน กระทรวงแรงงานควรส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายแรงงานให้มีความเข้มแข็ง ทำหน้าที่เป็นกลไกป้องกันการละเมิดสิทธิแรงงานจากภาคเอกชน และตรวจแรงงานดำเนินการแบบไม่แจ้งล่วงหน้า และเผยแพร่ผลการตรวจสอบผ่านช่องทางสาธารณะ เช่น สื่อออนไลน์ของกรม เพื่อส่งเสริมความโปร่งใสและลดการบิดเบือนข้อมูลการตรวจสอบ รวมทั้งบริษัทอาหารฯ ต้องปฏิบัติตามกฎหมาย ซึ่งไม่เพียงเป็นข้อกำหนดทางกฎหมายเท่านั้น โดยคำนึงถึงพันธะทางจริยธรรมในการปกป้องสุขภาพและความปลอดภัยของแรงงาน

บริษัทอาหารฯ จำกัดการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อยด้วยการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการรายย่อยและดำเนินการจดสิทธิบัตรก่อนผู้ประกอบการรายย่อย⁽³⁷⁾ เป็นพฤติกรรมกรรมการจดสิทธิบัตรเชิงกลยุทธ์

(strategic patenting) เพื่อกีดกันคู่แข่งรายย่อย ถือเป็น การบิดเบือนกลไกการแข่งขันที่เสรีและเป็นธรรม ซึ่งขัดต่อหลักการ TRIPS Agreement ซึ่งเป็นหนึ่งในข้อตกลงขององค์การการค้าโลกที่เน้นการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาเพื่อส่งเสริมนวัตกรรม ไม่ใช่เพื่อผูกขาด⁽⁵⁴⁾ การลอกเลียนแบบโดยไม่มีการพัฒนาเพิ่มเติมและนำไปจดสิทธิบัตรก่อนผู้ประกอบการดั้งเดิม อาจทำให้ระบบนวัตกรรมเกิดการชะงักงัน เพราะผู้คิดค้นรายใหม่อาจไม่กล้าลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา ด้วยความกังวลว่าจะถูกลอกเลียนและแย่งสิทธิบัตรในภายหลัง ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจโดยรวมขาดแรงจูงใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ⁽⁵⁵⁾ นอกจากนี้ วิธีปฏิบัตินี้ยังขัดต่อเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติการ-แข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560 ในหมวด 3 ว่าด้วยการกระทำที่เป็นการผูกขาด การมีอำนาจเหนือตลาด และการกระทำที่เป็นการจำกัดการแข่งขันโดยไม่เป็นธรรม และมาตรา 50 ห้ามผู้ประกอบการธุรกิจที่มีอำนาจเหนือตลาดกระทำการใดๆ ดังต่อไปนี้ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจำกัด กีดกัน ลด หรือแย่งชิงโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการอื่น และข้อ 4 การกระทำอื่นใดที่คณะกรรมการกำหนดโดยประกาศ ซึ่งเป็น การจำกัด กีดกัน ลด หรือแย่งชิงโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการอื่นอย่างไม่เป็นธรรม ซึ่งมุ่งป้องกันไม่ให้ผู้ประกอบการที่มีอำนาจตลาดใช้อำนาจเหนือตลาดเพื่อกีดกันหรือทำลายคู่แข่ง⁽⁵⁶⁾ ดังนั้น กรมทรัพย์สิน-ทางปัญญาควรพัฒนาระบบ fast-track การจดสิทธิบัตรสำหรับผู้ประกอบการรายย่อยและจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาด้านกฎหมายฟรีสำหรับผู้ถูกละเมิดสิทธิโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ในส่วนของสำนักงานคณะกรรมการการแข่งขันทางการค้า ควรบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจังและจัดระบบรับรองธุรกิจจริยธรรม เพื่อให้สิ่งจูงใจแก่บริษัทที่ไม่ผูกขาดตลาดและไม่ละเมิดสิทธิของผู้ประกอบการรายย่อย

จุดแข็งที่สำคัญประการหนึ่งของการศึกษานี้คือ การศึกษานี้ดำเนินการทั้งการวิจัยเอกสารจากแหล่งข้อมูลสาธารณะและการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อเพิ่มความลึกของข้อมูลและใช้ในการตรวจสอบความถูกต้องระหว่างข้อมูลจากทั้งสองแหล่ง การศึกษานี้มีข้อจำกัด คือ การศึกษานี้วิเคราะห์เอกสารจากแหล่งข้อมูลเฉพาะบางแหล่ง และมุ่งเน้นไปที่ผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหารบางรายในประเทศไทย ดังนั้น ผลการวิจัยอาจไม่สามารถ

สะท้อนภาพรวมทั้งหมดของกลุ่มบริษัทอาหาร ในประเทศไทยได้อย่างครอบคลุม อีกทั้งข้อมูลจากเอกสารสาธารณะหรือการสัมภาษณ์อาจมีข้อจำกัดในด้านความลึกและความครอบคลุมของเนื้อหา โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือเรื่องอ่อนไหวทางการเมือง ส่งผลให้การวิเคราะห์บางประเด็นไม่สามารถครอบคลุมองค์ประกอบทั้งหมดตามกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา อย่างไรก็ตาม การศึกษานี้อ้างอิงหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้ และใช้กระบวนการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่มีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการต่อยอดงานวิจัยหรือกำหนดมาตรการลดผลกระทบจากการดำเนินธุรกิจของบริษัทอาหาร ในประเทศไทยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักวิชาการและนวัตกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ในการให้ทุนสนับสนุนการศึกษา บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการการศึกษาปัจจัยทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ: กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทอาหารแปรรูปพิเศษ รหัสโครงการ 67-00462 ข้อตกลงเลขที่ 67-E2-0375 และหน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยไม่มีส่วนรับผิดชอบในเนื้อหาของบทความนี้

เอกสารอ้างอิง

1. World Health Organization. Noncommunicable diseases [Internet]. [cited 2023 Sep 16]. Available from: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/noncommunicable-diseases>
2. World Health Organization. Communicable and noncommunicable diseases, and mental health [Internet]. [cited 2024 May 7]. Available from: <https://www.who.int/our-work/communicable-and-noncommunicable-diseases-and-mental-health>
3. Floros JD, Newsome R, Fisher W, Barbosa-Cánovas GV, Chen H, Dunne CP, et al. Feeding the world today and tomorrow: the importance of food science and technology. *Compr Rev Food Sci Food Saf* 2010;9(5):572-99.
4. Lane MM, Davis JA, Beattie S, Gómez-Donoso C, Loughman A, O’Neil A, et al. Ultraprocessed food and chronic noncommunicable diseases: a systematic review and meta-analysis of 43 observational studies. *Obes Rev* 2021;22(3):e13146.
5. Maani N, van Schalkwyk MCI, Petticrew M. Under the influence: system-level effects of alcohol industry-funded health information organizations. *Health Promot Int* 2023;38(6):daad167.
6. Mialon M. An overview of the commercial determinants of health. *Global Health* 2020;16(1):74.
7. Jaichuen N, Phulkerd S, Certthkrikul N, Sacks G, Tangcharoensathien V. Corporate political activity of major food companies in Thailand: an assessment and policy recommendations. *Global Health* 2018;14(1):115.
8. Gilmore AB, Fabbri A, Baum F, Bertscher A, Bondy K, Chang HJ, et al. Defining and conceptualising the commercial determinants of health. *Lancet* 2023;401(10383):1194-213.
9. Chavez-Ugalde Y, Jago R, Toumpakari Z, Egan M, Cummins S, White M, et al. Conceptualizing the commercial determinants of dietary behaviors associated with obesity: a systematic review using principles from critical interpretative synthesis. *Obes Sci Pract* 2021;7(4):473-86.
10. World Health Organization. Commercial determinants of health [Internet]. [cited 2023 May 7]. Available from: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/commercial-determinants-of-health>
11. Stuckler D, Nestle M. Big food, food systems, and global health. *PLoS Med* 2012;9(6):e1001242.
12. de Lacy-Vawdon C, Livingstone C. Defining the commercial determinants of health: a systematic review. *BMC Public Health* 2020;20(1):1022.
13. วลัย วัฒนศิริ, กุลทิพย์ ศาสตรระจิว. การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการยาสูบในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ; 2555.
14. ไพศาล ลิ้มสถิตย์. สังคมไทยจะสร้างกลไกป้องกันการแทรกแซงของอุตสาหกรรมยาสูบตามมาตรา 5.3 ของกรอบอนุสัญญา FCTC อย่างไร. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ; 2555.
15. ศรีรัช ลอยสมุทร. การศึกษาผลของการทำกิจกรรม CSR ของธุรกิจยาสูบและรายงานสถานการณ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ยาสูบ “แปลงร่าง”. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและจัดการความรู้เพื่อการควบคุมยาสูบ; 2557.
16. World Health Organization Regional Office for South-East Asia. Mapping the commercial determinants of health in countries of the WHO South-East Asia Region: conceptualizations, impacts and action. New Delhi: WHO Regional Office for South-East Asia; 2025.
17. Euromonitor International. Alcoholic drinks in Thailand: country report [Internet]. 2023 [cited 2024 May 9]. Available from: <https://www-portal-euromonitor-com.ejournal.mahidol.ac.th/portal/analysis/tab>
18. Euromonitor International. Savoury snacks in Thailand: country report [Internet]. 2023 [cited 2024 May 9]. Available from: <https://www-portal-euromonitor-com.ejournal.mahidol.ac.th/portal/analysis/tab>
19. Euromonitor International. Ice cream in Thailand: country report [Internet]. 2023 [cited 2024 May 9]. Available from: <https://www-portal-euromonitor-com.ejournal.mahidol.ac.th/portal/analysis/tab>

20. Euromonitor International. Sweet biscuits, snack bars and fruit snacks in Thailand: country report [Internet]. 2023 [cited 2024 May 9]. Available from: <https://www-portal-euromonitor-com.ejournal.mahidol.ac.th/portal/analysis/tab>
21. Euromonitor International. Processed meat, seafood and alternatives to meat in Thailand: country report [Internet].; 2023 [cited 2024 May 9]. Available from: <https://www-portal-euromonitor-com.ejournal.mahidol.ac.th/portal/analysis/tab>
22. Euromonitor International. Limited-service restaurants in Thailand: country report [Internet]. 2023 [cited 2024 May 9]. Available from: <https://www-portal-euromonitor-com.ejournal.mahidol.ac.th/portal/analysis/tab>
23. นงนุช จินดารัตนาภรณ์, วีรภาคย์ ชำศิริพงษ์, สลักจิต ชื่นชม. โครงการศึกษาปัจจัยทางการค้าที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพ: กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของกลุ่มบริษัทอาหารแปรรูปพิเศษ. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล; 2568.
24. สำนักข่าวอิสรา. ซีพีเอฟ ฟ้องหมิ่นประมาท BIOTHAI ปมปลาหมอคางดำ [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 7 ก.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://www.isranews.org/article/isranews/131524-isra-246.html>
25. เดลินิวส์. ซีพี เอฟ แจงวุ่น ถูกฟ้อง 2.5 พันล้าน. เดลินิวส์. 2567 ก.ย. 8; (คอลัมน์ 1).
26. มติชน. 'ซีพี เอฟ' โต้แจง ไม่ใช่ต้นตอปลาหมอคางดำระบาดหนัก. มติชน. 2567 ก.ย. 7; (คอลัมน์ 1).
27. ไทย เน้นทางแก้ไขให้เหมาะสม Rama Focus 15/12/59
28. RAMA Channel. เครื่องช่วยหอบเด็กออกโรง ชี้พรบ.นมผงสุดโหด ทำร้ายเด็กไทย เน้นทางแก้ไขให้เหมาะสม [อินเทอร์เน็ต]. 2559 [สืบค้นเมื่อ 7 ก.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: https://www.youtube.com/watch?v=FUIx01S_Iw
29. โพสต์ทูเดย์. ความเป็นจริง พ.ร.บ.มิลค์โค้ด หนุน-ค้านคุมโฆษณาอาหารเด็กถึง 3 ปี. [สืบค้นเมื่อ 15 ธ.ค. 2559]. แหล่งข้อมูล: <https://www.posttoday.com/politics/470376>
30. ลงทุนแมน. บุกจีน เจ้าแกนน้อยทำอะไร ถึงขายได้ 1,000 ล้านในจีน. [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 7 ก.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://www.blockdit.com/posts/66ee3d16b976dba843ab8d08>
31. Boyland E, McGale L, Maden M, Hounsoume J, Boland A, Angus K, et al. Association of food and nonalcoholic beverage marketing with children and adolescents' eating behaviors and health. JAMA Pediatr 2022;176(7):e221037.
32. Jindarattanaporn N, Kelly B, Chuenchom S. Associations between Thai children's exposure to unhealthy food marketing and their diet-related outcomes. Int J Adolesc Youth 2025;30(1):2451657.
33. นงนุช ใจชื่น. สมุดปกขาวเรื่องสถานการณ์และมาตรการควบคุมการให้รางวัลด้วยการเลี้ยงโชคในผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อสุขภาพของเด็กและเยาวชนไทย. นนทบุรี: มูลนิธิเพื่อการพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ; 2560.
34. ผู้จัดการออนไลน์. บ่วงบาตพิฆาตเกษตรกร โคกนาฏกรรมเกษตรกรพันธุ์สัญญา [อินเทอร์เน็ต]. 2555 [เข้าถึงเมื่อ 19 พ.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://mgronline.com/specialscoop/detail/9550000081820>
35. BIOTHAI. ตามรอยข้าวโพดพม่า [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 20 พ.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://biothai.net/food-security-situation/globalwarming/7359>
36. BIOTHAI. กรณีโรงงานแปรรูปขนไก่ซีพีเอฟปล่อยน้ำเสียลงแม่น้ำมูล [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 9 ก.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://www.facebook.com/628098202696930/posts/929367542569993>
37. ผู้จัดการออนไลน์. เกษตรกรสามพรานประท้วงโรงงานปล่อยน้ำเสีย [อินเทอร์เน็ต]. 2558 [สืบค้นเมื่อ 10 ก.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://mgronline.com/local/detail/9580000080699>
38. World Intellectual Property Organization. World intellectual property report 2022: the direction of innovation. Geneva: WIPO; 2022.
39. สนธิทอล์ค. ปลาหมอคางดำ เจื่อนำกรมประมง [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 27 ก.ค. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://www.tiktok.com/@6757258507232183297/video/7395847205757750529>
40. ธนดล เตัพันธ์. Anti-SLAPP law: ความหวังใหม่ในการต่อต้านคอร์รัปชันไทย [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 20 พ.ย. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://policywatch.thaipbs.or.th/author/16428>
41. Liang J. "Dancing in chains": chilling effects of content creators on Chinese social media. Deviant Behav 2024;45(10):1468-481.

42. เดลินิวส์. โฆษณาโรงหนังวูบสุด 22%. เดลินิวส์. 2565 ม.ค. 16; 7.
43. Mialon M, Cediel G, Jaime PC, Scagliusi FB. A consistent stakeholder management process can guarantee the “social license to operate”: mapping the political strategies of the food industry in Brazil. *Cad Saude Publica* 2021;37:e00092720.
44. กระทรวงอุตสาหกรรม. ประกาศกระทรวงอุตสาหกรรม เรื่อง การจัดการสิ่งปฏิกูลหรือวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว พ.ศ. 2566. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 140, ตอนพิเศษ 200 ง (ลงวันที่ 28 สิงหาคม 2566).
45. พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 109, ตอนที่ 44 ก (ลงวันที่ 9 เมษายน 2535).
46. พระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 136, ตอนที่ 80 ก (ลงวันที่ 30 เมษายน 2562).
47. พระราชบัญญัติโรงงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 136, ตอนที่ 80 ก (ลงวันที่ 30 เมษายน 2562).
48. พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 115, ตอนที่ 8 ก (ลงวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2541).
49. สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. สหภาพแรงงาน [อินเทอร์เน็ต]. [สืบค้นเมื่อ 27 ก.ค. 2567]. แหล่งข้อมูล: <https://lb.mol.go.th/สิ่งที่ลูกจ้างควรรู้/สหภาพแรงงาน>
50. Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights. We wanted workers, but human beings came: human rights and temporary labour migration programmes in and from Asia and the Pacific. Bangkok: United Nations; 2022.
51. Canadian Centre for Occupational Health and Safety. Working in a standing position: basic information [Internet]. [cited 2025 Mar 30]. Available from: https://www.ccohs.ca/oshanswers/ergonomics/standing/standing_basic.html.
52. Occupational Safety and Health Administration. Solutions to control hazards [Internet]. [cited 2025 Mar 30]. Available from: <https://www.osha.gov/ergonomics/control-hazards>
53. National Institute for Occupational Safety and Health. Safe lifting and movement of nursing home residents. Florida: NIOSH; 2014.
54. World Health Organization. Healthy workplaces: a model for action for employers, workers, policy-makers and practitioners. Geneva: World Health Organization; 2010.
55. World Trade Organization. TRIPS agreement [Internet]. 2010. [cited 2025 Mar 30]. Available from: https://www.wto.org/english/tratop_e/trips_e/intel2_e.htm#standards
56. Organisation for Economic Co-operation and Development. Competition, patents and innovation. Paris: OECD Publishing; 2019.
57. พระราชบัญญัติการแข่งขันทางการค้า พ.ศ. 2560. ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 134, ตอนที่ 72 ก (ลงวันที่ 5 ตุลาคม 2560).

The Impacts of Ultra-Processed Food Business Operations in Thailand

Nongnuch Jindarattanaporn, Weerapak Samsiripong, Salakjit Chuenchom

Institute for Population and Social Research, Mahidol University

Abstract

Ultra-processed food companies have rapidly expanded and become influential actors in Thailand's economy, public policy, and population health. This study aimed to examine the impacts of business practices by these companies in Thailand. Qualitative research was employed, using document analysis of publicly available sources from January 2019 to December 2024, and in-depth interviews with 30 key informants. Thematic analysis was used to analyze these data. The findings revealed that ultra-processed food companies in Thailand employed legal mechanisms or threats of legal action to silence criticism from academics, media, and civil society organizations. They strategically funded research and academic or scientific activities to shape the evidence base and debate. Marketing strategies were designed to increase purchasing and consumption, while control over supply chains contributed to unfair practices and inequalities between corporations and contract producers. Environmental pollution and impacts associated with business activities. Labor rights violations were also reported, along with anti-competitive practices such as product imitation and the preemptive registration of patents or copyrights ahead of original small-scale innovators. Furthermore, ultra-processed food companies established relationships with media organizations to avoid negative coverage. To mitigate these impacts, our study highlights the importance of effective enforcement of existing laws by relevant government agencies, the active participation of civil society in monitoring of their business practices, and the need for transparency and accountability in corporate operations.

Keywords: impact; business operation; ultra-processed food company