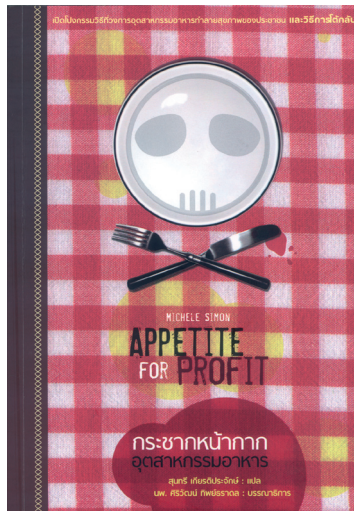


หนังสืออ่าน : Book review”
“กระหายหน้าผากอุตสาหกรรมอาหาร”
Appetite for Profit

กุลทิพย์ ศาสตระรุจิ*
Kullatip Satararuji

* ผู้อำนวยการหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมาภิมณฑ์

Director of Doctor of Philosophy in Communication Arts Program, Dhurakit Pundit University.



หนังสือ "กระชากหน้ากากอุตสาหกรรมอาหาร" เป็นหนังสือที่ให้ความรู้เกี่ยวกับกลยุทธ์ของบริษัทอุตสาหกรรมอาหารในอเมริกา ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นต้นกำเนิดของการบ่อนทำลายสุขภาพของคนในยุคปัจจุบัน หนังสือเล่มนี้แปลมาจากหนังสือเรื่อง "Appetite for Profit : How the food industry undermines our health and how to fight back" ของ Michelle Simon ได้รับการแปลเป็นภาษาไทยโดย คุณสุนทรี เกียรติประจักษ์ และนพ.ศิริวัฒน์ ทิพย์ธราดล รองปลัดกระทรวงสาธารณสุข (สธ) ทำหน้าที่บรรณาธิการ

หนังสือเล่มนี้ประกอบด้วย 13 บทย่อยเริ่มตั้งแต่บทแรกเป็นการกล่าวถึงภาพรวมของโครงสร้างอุตสาหกรรมอาหารในสหรัฐ ที่ประกอบด้วยกลุ่มผู้มีบทบาทเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของสหรัฐ อันได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมภัตตาคาร กลุ่มผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป สมาคมอาหารขบเคี้ยว (Snack Food Association) สมาคมการค้าสมาคมผู้ผลิตของชำและกลุ่มยักษ์ใหญ่ในวงการอาหารอเมริกันและอาหารโลก อาทิ บริษัท โคคา - โคล่า (Coca - Cola) บริษัทเป๊ปซี่-โค

(PepsiCo) บริษัทคราฟต์ ฟู้ดส์ (Kraft foods) บริษัทเจเนอรัลมิลล์ (General Mills) และบริษัทแมคโดแนลด์ส (McDonald's) ซึ่งสินค้าจากบริษัท ยักษ์ใหญ่เหล่านี้ล้วนจะปรากฏอยู่ในทุกครัวเรือนของครอบครัวชาวอเมริกัน

ด้วยชื่อเรื่อง "กระชากหน้ากากอุตสาหกรรมอาหาร" ดังนั้นการนำเสนอของหนังสือเล่มนี้จึงเป็นการให้ข้อมูล ข้อเท็จจริงจากมุมมองของนักวิชาการและนักบรรณคดีด้านสุขภาพที่อ้างอิงข้อมูลเชิงวิชาการทางโภชนาการ และหลักแนวคิดทางการตลาดมากล่าวโต้แย้งกับข้อมูลจากกลุ่มบริษัทอุตสาหกรรมอาหารที่ใช้วิธีการต่างๆทั้งทางตรงและทางอ้อมในการวางแผนและสร้างความชอบธรรมในการทำตลาดกับผู้บริโภค การใช้กลยุทธ์การตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการสร้างกระแส การบริโภคยุคใหม่ที่สร้างรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ดีมีสุขภาพดี การใช้ตัวแทนคนดังหรือผู้มีชื่อเสียงในการเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายหรือที่เรียกว่า (Celebrity halos and target marketing) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารเหล่านี้ต่างได้รับการกล่าวหาจากสังคมอเมริกันว่าเป็นผู้มีส่วนส่งเสริมให้คนอเมริกันเกิดภัย

คุณภาพทางสุขภาพโดยเฉพาะการบริโภคอาหารสำเร็จรูป และอาหารจานด่วนอันเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิดโรคอ้วน อาทิ โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง เป็นต้น

นอกจากนี้หนังสือเล่มนี้ยังนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มบริษัทอาหารในการสร้างมายาคติกับผู้บริโภคไว้ในหลายบท เช่น บทที่ 4 เรื่อง ร้านอาหารจานด่วน - ของฉันทิ์สุขภาพ บทที่ 5 ร้านอาหารสำเร็จรูป - ของฉันทิ์เพื่อสุขภาพ เป็นการชี้ให้เห็นถึงการสร้างภาพโดยใช้แนวคิดเรื่องของผลของความรู้สึกดี ๆ (Halo Effect) เป็นแรงจูงใจในการซื้อ เช่น เมนูอาหารแฮมเบอร์เกอร์ ของบริษัท แมคโดแนลด์ส นั้นประกอบด้วยเมนูสลัดผักที่หลายหลาย ซึ่งก็คือ เป็นการเน้นความมีสุขภาพดีให้กับผู้บริโภคในการรับประทานอาหาร จานด่วนที่ผสมผสาน เมนูอาหารสุขภาพ ทั้งๆที่ปริมาณคุณภาพอาหารและแคลอรีของแฮมเบอร์เกอร์ บริษัทแมคโดแนลด์สแท้จริงนั้นสูงกว่าปริมาณอาหารปกติทั่วไป

หนังสือเล่มนี้ผู้เขียนได้จุดประเด็นให้แก่ผู้อ่านได้ทราบถึงเล่ห์กล เทคนิคต่างๆของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารที่ได้ใช้แนวทางการรับผิดชอบต่อสังคมอย่างแบบยลหรือ (Misleading marketing tactics) เพื่อให้ผู้บริโภคในยุคทุนนิยมเสรีที่การตลาดเป็นตัวกำหนดได้รู้เท่าทันเทคนิคการตลาดและการโฆษณาชวนเชื่อผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในหลายรูปแบบ ข้อมูลเชิงประจักษ์จากหนังสือเล่มนี้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอุตสาหกรรมอาหารข้ามชาติที่ทรงอิทธิพลในเวทีโลก

ภาพรวมของหนังสือเล่มนี้ถือได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคให้เท่าทันกลยุทธ์ของบริษัทอาหารต่างๆในยุคโลกาภิวัตน์ ระบบเศรษฐกิจ

ที่ถือผลกำไรเป็นตัวตั้ง อีกทั้งโลกยุคใหม่มีความสลับซับซ้อนมาก วิถีชีวิตของคนในสังคมโดยเฉพาะสังคมเมืองที่การบริโภคอาหารจานด่วนหรืออาหารสำเร็จรูปในปัจจุบันมีให้เห็นอยู่ทั่วไปสามารถหยิบจับได้ง่ายนั้นเพราะถือได้ว่าเป็นวิถีชีวิตประจำวันของคนในสังคมเมืองตามปกติอยู่แล้ว ทำให้เกิดการบริโภคเกินความพอดี ซึ่งการใช้แนวคิดเชิงการตลาดเพื่อสุขภาพนั้นแท้จริงคือเป็นการบ่อนทำลายสุขภาพโดยที่ผู้บริโภคไม่รู้ตัวนั่นเอง

หนังสือเล่มนี้ แม้จะเป็นหนังสือแปล แต่ด้วยข้อมูล เทคนิคและวิธีการนำเสนอเหมาะสมสำหรับนักวิชาการ นักทรงค้ทางการสื่อสารสุขภาพ ครูอาจารย์ พ่อแม่ผู้ปกครองที่สนใจการดูแลสุขภาพของบุตร ที่จะได้รู้เท่าทันข้อมูลที่กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารในการทำตลาดกับผู้บริโภคยุคใหม่ แม้เนื้อหาส่วนใหญ่ในหนังสือเล่มนี้ จะอ้างอิงข้อมูลที่เกิดขึ้นในอเมริกา แต่ผู้อ่านในประเทศไทยสามารถจะนำข้อมูลเทคนิคที่ได้รับจากหนังสือประยุกต์ได้กับสังคมไทย เนื่องจากปัจจุบันกลยุทธ์ของบริษัทอาหารต่างๆในประเทศไทยต่างใช้วิธีการในแบบที่คล้ายคลึงกัน ผลจากการอ่านหนังสือเล่มนี้ทำให้ทราบว่าคุณค่าอาหารตามหลักโภชนาการ ที่ถูกต้องตามหลักทางวิทยาศาสตร์กับคุณค่าอาหารผ่านสุนทรีย์ในการบริโภคอาหารจากกลุ่มผู้ผลิตของกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารนำเสนอขึ้นในสวนทางกัน

หนังสือเล่มนี้จัดพิมพ์และเผยแพร่โดยแผนงานคุ้มครองผู้บริโภคด้านสุขภาพ (คคส) คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สนับสนุนการพิมพ์โดย สำนักงานกองทุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

