

ชื่อเรื่อง ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหาร สำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560

ผู้เขียน

1. นางศิริพรรณ บุตรศรี นักวิชาการชำนาญการพิเศษ
2. นางจันทรา นันทมงคลชัย นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญ
3. ร.ต.อ.หญิง ไพรมา นาคนิยม นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญ
4. นางสาวกรรณิการ์ เจริญจิตร พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการ
5. นางสาวราตรี ชัยทอง นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ
6. นางสาวลักขม มณีวงษ์ พยาบาลวิชาชีพปฏิบัติการ

เนื้อหาองค์ความรู้

สถานการณ์การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของประเทศไทย มีการละเมิด CODE ของบริษัทผู้ผลิตอาหารทารก และเด็กเล็ก ด้วยการทำการสื่อสารการตลาดในรูปแบบต่างๆล้วนเป็นอุปสรรคที่สำคัญของการส่งเสริมการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในปัจจุบัน ด้วยอิทธิพลของการโฆษณาที่สร้างภาพและความเชื่อว่านมผงดีเทียบเท่านมแม่ โดยระบุว่ามีส่วนประกอบอาหารต่างๆ ทั้ง ครบถ้วน ทำให้แม่เกิดความเข้าใจผิด ตัดสินใจหันไปใช้นมผงมากขึ้น ทั้งนี้ไม่มีอาหารอะไรที่มีคุณค่าและสามารถทดแทนนมแม่ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้ส่งผลให้อัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ของไทยลดต่ำลงเหลือเพียงร้อยละ 12 ซึ่งน้อยกว่าประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมดในกลุ่มประเทศอาเซียน “ปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตนมผงได้รุกเข้าไปทำตลาดถึงในชุมชน เป็นผลให้ชุมชนต้องออกมาปกป้องแม่และเด็กในชุมชนของตนเอง ดังกรณีที่เกิดขึ้นกับชาวตำบลท่าม่วง ดังนั้นจึงมีพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารทารกและเด็กเล็ก เพื่อช่วยปกป้องเด็กไทยทั่วประเทศจากการละเมิด CODE ของบริษัทนมผงได้” (พญ.ยุพียง แห่งเขาวนิช) นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขได้มีนโยบายส่งเสริมให้มารดาเลี้ยงลูกด้วยนมแม่เพียงอย่างเดียวอย่างน้อย 6 เดือน ให้ได้ร้อยละ 60 ภายในปี 2558 หรือตั้งเป้าให้ทารกกินนมแม่อย่างเดียว 6 เดือนแรกให้ได้ 4.8 แสนคนและส่งเสริมให้นมแม่อย่างต่อเนื่องควบคู่ไปกับอาหารตามวัยเป็นระยะเวลา 2 ปีหรือนานกว่านั้น สำหรับเหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่ปัจจุบันมาตรการในการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กยังไม่เหมาะสมและไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากลประกอบกับประเทศไทยได้ให้การรับรองหลักเกณฑ์สากลว่าด้วยการตลาดอาหารทดแทนนมแม่ (The International Code of Marketing of Breast-milk Substitutes) ในการประชุมสมัชชาอนามัยโลกครั้งที่ 34 (WHA 34.22) และในการประชุมสมัชชาอนามัยโลกครั้งที่ 63 (WHA 63.23) ที่ประชุมมีมติให้แต่ละประเทศปรับปรุงหลักเกณฑ์การควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กให้เป็นกฎหมาย ดังนั้น เพื่อให้ประเทศไทยมีมาตรการในการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กที่เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรฐานสากล จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ทุกภาคส่วนในสังคมไทย จะต้องช่วยกันสนับสนุนและผลักดันให้ พ.ร.บ.ฉบับนี้เป็นที่รู้จักมีระบบเฝ้าระวังและบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

หลักการและเจตนารมณ์ของกฎหมาย เพื่อควบคุมวิธีการส่งเสริมการตลาดของอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก เหตุผลที่ต้องควบคุมมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กมีอิทธิพลต่อการรับรู้ข้อมูลส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกอาหารให้แก่ลูก

2. มาตรการสำหรับควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็กของประเทศไทยยังไม่เหมาะสมและสอดคล้องกับมาตรการของสากล
3. ผลลัพธ์คือเด็กไทยเสียโอกาสการได้กินนมแม่

โครงสร้างกฎหมายควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 ประกอบด้วย หมวดนิยามและบทเฉพาะกาล 52 มาตราได้แก่ หมวดที่ 1 คณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก หมวดที่ 2 การควบคุมการส่งเสริมการตลาด หมวดที่ 3 พนักงานเจ้าหน้าที่ หมวดที่ 4 บทกำหนดโทษ

สาระสำคัญของบทบัญญัติในพระราชบัญญัตินี้ ได้แก่

หมวดนิยาม

มาตรา 3

“ทารก” หมายความว่า เด็กตั้งแต่แรกเกิดจนถึงอายุสิบสองเดือน

“เด็กเล็ก” หมายความว่า เด็กอายุเกินสิบสองเดือนจนถึงสามปี

“อาหารสำหรับทารก” หมายความว่า

(1) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีส่วนประกอบของสารอาหารที่เหมาะสมและเพียงพอที่จะใช้เลี้ยงทารกตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร

(2) นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้เลี้ยงทารกได้

“อาหารสำหรับเด็กเล็ก” หมายความว่า นมหรือผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้เป็นอาหาร ทั้งนี้ ที่มีข้อความแสดงให้เห็นว่าใช้ในการเลี้ยงเด็กเล็กและเฉพาะตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

“อาหารเสริมสำหรับทารก” หมายความว่า อาหารที่ใช้เสริมคุณค่าทางโภชนาการและสร้างความคุ้นเคยในการบริโภคอาหารให้แก่ทารกที่มีอายุตั้งแต่หกเดือนขึ้นไปตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร

หมวดที่ 2 การควบคุมการส่งเสริมการตลาด

มาตรา 14 ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารก ห้ามผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับเด็กเล็กโดยใช้ข้อความเกี่ยวกับทารกหรือเด็กเล็กในสื่อโฆษณาที่มีลักษณะเชื่อมโยงหรือทำให้เข้าใจได้ว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรือเหมาะสมสำหรับใช้เลี้ยงทารก

มาตรา 15 ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก หรืออาหารสำหรับเด็กเล็กหรือตัวแทน ต้องดำเนินการให้ฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กแตกต่างกันอย่างชัดเจนและสามารถมองเห็นหรือแยกแยะได้โดยง่ายฉลากอาหารสำหรับทารกและฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กตามวรรคหนึ่งต้องแตกต่างจากฉลากอาหารอื่นอย่างชัดเจน

มาตรา 16 ภายใต้บังคับมาตรา 14 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กของผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กหรือตัวแทน ต้องมีข้อความเช่นเดียวกับข้อความตามที่ปรากฏในฉลากอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายว่าด้วยอาหาร โดยไม่ปรากฏข้อความที่เป็นการกล่าวอ้างทางโภชนาการและสุขภาพ และกรณีเป็นอาหารสำหรับทารกต้องมีข้อมูล ดังต่อไปนี้

(1) ข้อมูลค่าใช้จ่ายและปริมาณในการใช้อาหารสำหรับทารกในภาพรวม

(2) ข้อควรระวังจากการเตรียมหรือการใช้อาหารสำหรับทารก

หลักเกณฑ์ วิธีการ เงื่อนไข และรายละเอียดในการจัดทำข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศ กำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการช่องทางในการให้ข้อมูลตามวรรคหนึ่ง ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรี ประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 17 การให้ข้อมูลเกี่ยวกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กของผู้ผลิตผู้นำเข้า หรือผู้ จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน แก่บุคลากรด้านสาธารณสุขต้องมี หลักฐานทางวิทยาศาสตร์รองรับ ทั้งนี้ หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ ให้เป็นไปตามที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดย คำแนะนำของคณะกรรมการ

มาตรา 18 ในการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก ห้ามผู้ผลิตผู้นำเข้า หรือผู้ จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ดำเนินการดังต่อไปนี้

- (1) แจกหรือให้คู่มือหรือสิทธิที่จะได้รับส่วนลด ขยายพวง แลกเปลี่ยนหรือให้ของรางวัลของขวัญหรือสิ่งอื่นใด
- (2) แจกอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวอย่างอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็ก เล็ก ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม
- (3) ให้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก สิ่งของ หรือสิ่งอื่นใดแก่หญิงตั้งครรภ์หญิงที่มีบุตรซึ่งเป็น ทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก
- (4) ติดต่อหญิงตั้งครรภ์หรือหญิงที่มีบุตรซึ่งเป็นทารกหรือเด็กเล็ก หรือบุคคลในครอบครัวที่มีทารกหรือเด็กเล็ก ไม่ว่าโดยทางตรงหรือทางอ้อม เพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือแนะนำให้ใช้อาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับ เด็กเล็ก หรือเพื่อสื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก

มาตรา 19 ในกรณีที่ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็ก หรือตัวแทน ประสงค์จะมอบหรือให้สิ่งของ อุปกรณ์ หรือของใช้แก่หน่วยบริการสาธารณสุข สิ่งของอุปกรณ์ หรือของใช้ ดังกล่าวจะต้องไม่มีชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์ที่สื่อให้เห็นว่าเป็นอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็ก กรณีสื่อที่มีชื่อ ตรา หรือสัญลักษณ์อื่น ๆ จะต้องไม่สื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับอาหารสำหรับทารกหรืออาหาร สำหรับเด็กเล็ก

มาตรา 20 ห้ามผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กหรือตัวแทน ให้ หรือเสนอว่าจะให้ของขวัญ เงิน สิ่งจูงใจ หรือประโยชน์อื่นใดแก่บุคลากรด้านสาธารณสุข ความในวรรคหนึ่งไม่ใช้บังคับกับการให้ตามประเพณีหรือธรรมเนียม ทั้งนี้ ตามหลักเกณฑ์วิธีการ และเงื่อนไข ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนดโดยคำแนะนำของคณะกรรมการ

หมวด ๔ บทกำหนดโทษ

มาตรา 34 ผู้ใดโฆษณาอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กอันเป็นการฝ่าฝืน มาตรา 14 วรรคหนึ่ง หรือวรรคสอง หรือผู้ใดโฆษณาอาหารเสริมสำหรับทารกอันเป็นการฝ่าฝืนมาตรา 25 ต้องระวางโทษจำคุกไม่ เกินหนึ่งปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ และปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ ยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา 35 ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารก อาหารสำหรับเด็กเล็กหรืออาหารเสริมสำหรับ ทารก หรือตัวแทนผู้ใดไม่ปฏิบัติตามมาตรา 15 หรือมาตรา 26 ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสามแสนบาท และ ปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังไม่ปฏิบัติให้ถูกต้อง

มาตรา 36 ผู้ผลิต ผู้นำเข้า หรือผู้จำหน่ายอาหารสำหรับทารกหรืออาหารสำหรับเด็กเล็กหรือตัวแทนผู้ใดไม่ ปฏิบัติตามมาตรา 16 หรือให้ข้อมูลตามมาตรา 16 วรรคหนึ่ง อันเป็นเท็จ ต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท

บทเฉพาะกาล

มาตรา 50 ในวาระเริ่มแรก ให้คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการตามมาตรา 5 (1) และ (2) และให้อธิบดีกรมอนามัยเป็นกรรมการและเลขานุการ ปฏิบัติหน้าที่คณะกรรมการตามพระราชบัญญัตินี้ไปพลางก่อน จนกว่าจะได้มีการแต่งตั้งกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งต้องไม่เกินเก้าสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา 51 ฉลากอาหารสำหรับทารก ฉลากอาหารสำหรับเด็กเล็กหรือฉลากอาหารเสริมสำหรับทารกที่ได้จัดทำไว้แล้วในวันก่อนวันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ ซึ่งไม่เป็นไปตามมาตรา 15 หรือ มาตรา 26 ให้ยังคงใช้ได้ต่อไป ทั้งนี้ ไม่เกินหนึ่งปีนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ

มาตรา 52 ให้ดำเนินการออกประกาศตามพระราชบัญญัตินี้ให้แล้วเสร็จภายในหนึ่งร้อยแปดสิบวันนับแต่วันที่พระราชบัญญัตินี้ใช้บังคับ หากไม่สามารถดำเนินการได้ ให้รัฐมนตรีรายงานเหตุผลที่ไม่อาจดำเนินการได้ต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ

จากข้อมูลองค์ความรู้เรื่องพระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.2560 สรุปประเด็นสำคัญในการใช้พ.ร.บ.ฉบับนี้เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจและสื่อสารแก่ผู้เกี่ยวข้องโดยสรุปดังนี้

1. พ.ร.บ. นมผง ไม่ได้ห้ามขาย เด็กที่จำเป็นต้องใช้ยังหาซื้อได้ปกติ
2. หน้าที่การให้ข้อมูลความรู้เรื่องนมผงและการใช้ เป็นหน้าที่ของบุคลากรสาธารณสุข
3. กฎหมายไม่มีบทลงโทษสำหรับบุคลากรสาธารณสุข
4. กฎหมายช่วยปกป้องแม่และครอบครัว ให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและจำเป็น
5. นมแม่เป็นความเท่าเทียม แต่การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่จะกลายเป็นความเหลื่อมล้ำ

กลุ่มงานพัฒนาสุขภาพสตรี เด็กปฐมวัยและครอบครัว