

สาระสำคัญ

ร่าง พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาด
อาหารสำหรับเด็กและเด็กเล็ก พ.ศ....



นพ.ธงชัย เลิศวิไลรัตนพงศ์

รองอธิบดีกรมอนามัย



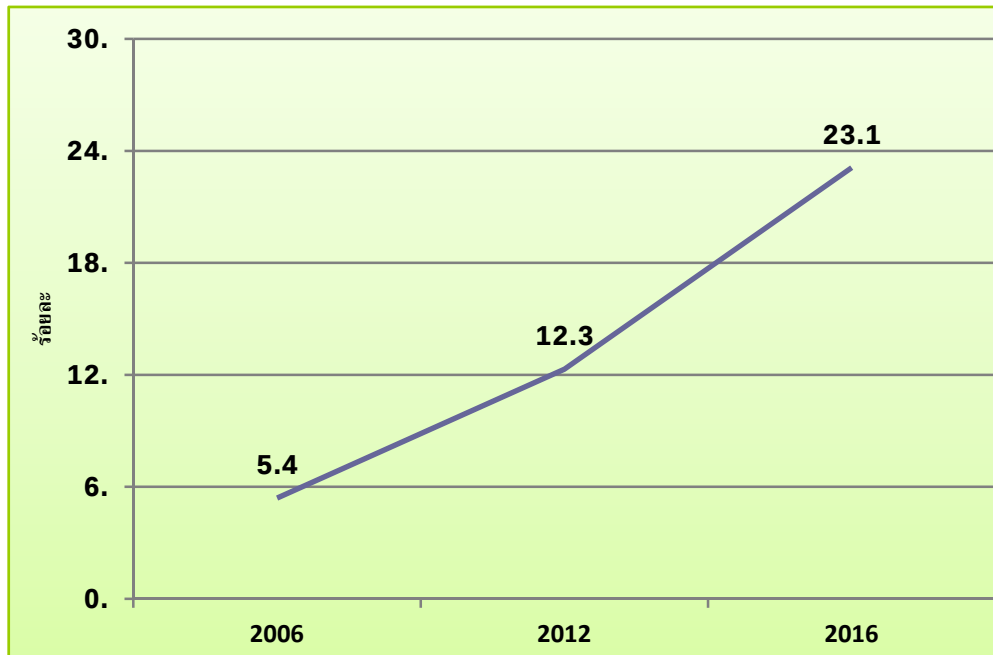
ประเด็นนำเสนอ

1. ที่มาและความจำเป็นของพ.ร.บ.
2. รายละเอียดร่างพ.ร.บ.
3. การดำเนินงานขั้นต่อไป



สถานการณ์เลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียว 6 เดือน

อัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียว 6 เดือน



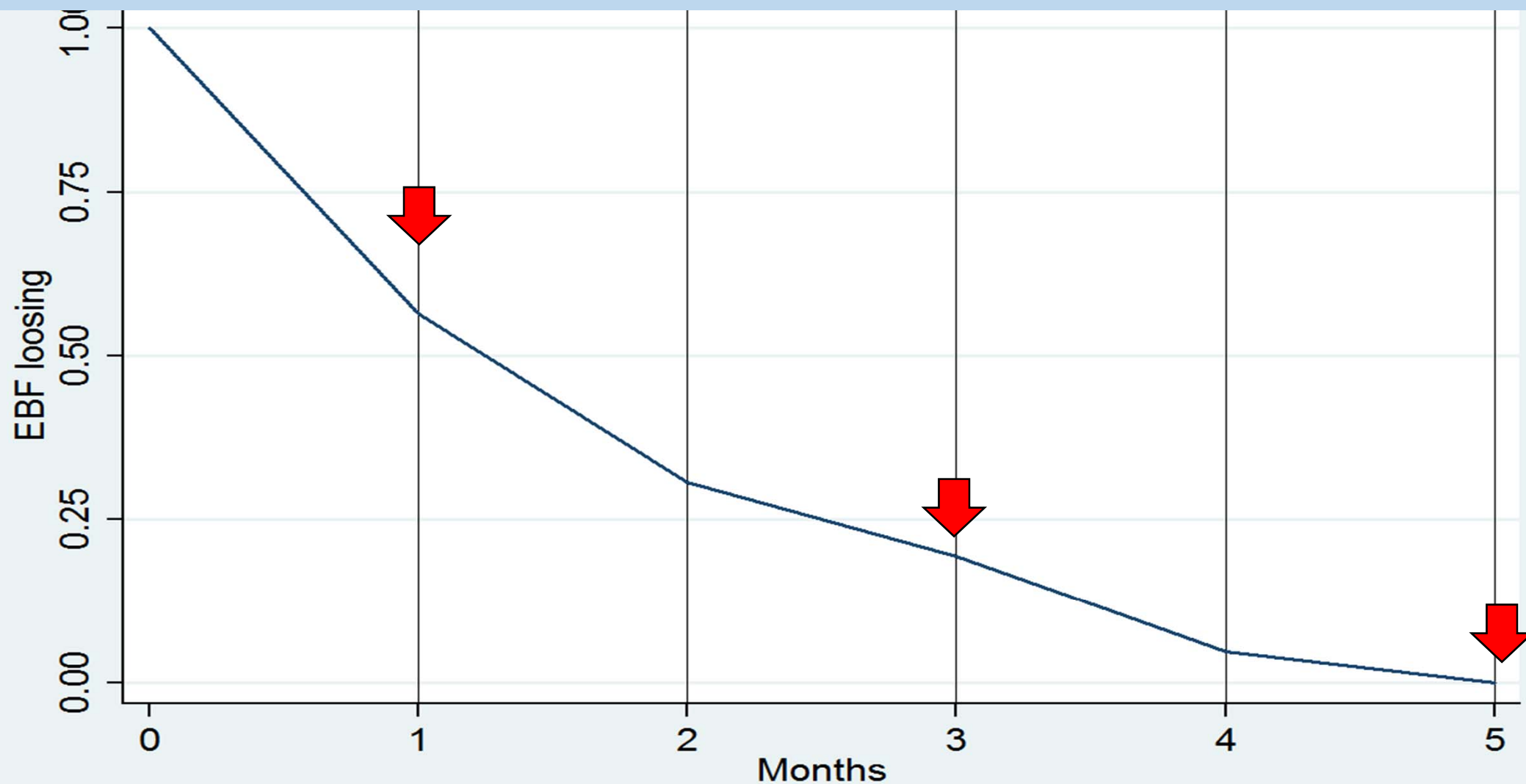
ที่มา: MICS3 2006, MICS4 2012, MICS5 2016

ปัจจัยการศึกษาของมารดาและฐานะเศรษฐกิจของครอบครัว

ฐานะทางเศรษฐกิจของครอบครัว	MICS4	MICS5
ยากจนมาก	15.8	24.1
ยากจน	13.5	18.1
ปานกลาง	12.2	24.1
ร่ำรวย	11.3	18.1
ร่ำรวยมาก	8.6	36.1

ที่มา: MICS4,2012 และMICS5,2016

อัตราการกินนมแม่อย่างเดียวของเด็กไทย ลดลงตามอายุ



ประเทศไทยมีอัตราการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ต่ำที่สุดในเอเชีย

Reference: UNICEF childInfo, 2012 ข้อมูลของไทย เป็นข้อมูลจาก HCS 4 2012 (การสำรวจสถานการณ์เด็กและสตรีไทย 2012 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ)

อัตราต่อการเลี้ยงลูกด้วยนมแม่ในประเทศไทย

แม่คิดว่าน้ำนมตัวเองไม่พอ
ทำให้ต้องเสริมนมผสม
และสุดท้ายกลายเป็นใช้นมผสม

แม่ต้องกลับไปทำงาน
ก่อน 6 เดือน

การส่งเสริมการตลาดของนมผสม
ผ่านการโฆษณาต่างๆ มีส่วนทำให้แม่
เข้าใจผิด ว่าน้ำนมตัวเองไม่มีคุณค่า
หรือนมผสมดีกว่า หรือดีกว่านมแม่

เป้าหมาย: การเลี้ยงลูกด้วยนมแม่อย่างเดียว 6 เดือน 50% ให้นมแม่ต่อเนื่องควบคู่อาหารตามวัยจนถึง 2 ปีหรือนานกว่า



มาตรการ

แนวทาง

ปกป้อง

- กฎหมายลาคลอต
- กฎหมาย Milk Code

ส่งเสริม

- โรงพยาบาลสายสัมพันธ์แม่ลูก(BFHI)
- การให้ความรู้แก่แม่โดยบุคลากรในหน่วยบริการฝากครรภ์ ช่วงหลังคลอด และคลินิกเด็กสุขภาพดี
- มีสนมแม่ อสม.และปราชญ์นมแม่ในชุมชน 1 คนต่อ 10-15 หลังคาเรือน

สนับสนุน

การจัดตั้งมุนนมแม่ในสถานประกอบการ
สื่อสารและกระแสสังคม

- ลางานได้ 90 วัน
- ร่างพ.ร.บ.อยู่ระหว่างการพิจารณาของสนช.

- ร้อยละ 99 ของแม่ไปฝากครรภ์อย่างน้อย 1 ครั้ง
- ร้อยละ 80 ไปฝากครรภ์อย่างน้อย 4 ครั้ง
- ร้อยละ 99 ไปคลอดที่สถานบริการ
(ข้อมูล MICS4 & Thailand country profile 2014)
- อสม.ทั่วประเทศ 1 ล้านคน

- เครือข่ายแม่อาสา แม่ออนไลน์
- คลินิกนมแม่สำหรับให้คำปรึกษา
- สื่อสาธารณะในการให้ความรู้

(ร่าง) พระราชบัญญัติควบคุมการส่งเสริมการตลาด อาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก พ.ศ.



วัตถุประสงค์ของกฎหมาย
ปกป้องสิทธิของแม่และเด็กโดย
ควบคุมการโฆษณา ส่งเสริม
การตลาดของบริษัทนมผงสำหรับ
ทารกและเด็กเล็กให้เป็นไปอย่าง
เหมาะสม ไม่โอ้อวดเกินจริง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ
แม่และครอบครัวได้รับข้อมูลที่
ถูกต้องเกี่ยวกับการให้อาหาร
ทารกและเด็กเล็ก
ทำให้เด็กมีโอกาสได้กินนมแม่
อย่างเหมาะสมมากขึ้น

52 มาตรา	รายละเอียด
มาตรา 1-4	บททั่วไป คำนิยาม รmw สธ. รักษาการตาม พรบ.
มาตรา 5-13	คณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก คสตท.
มาตรา 14-24	การควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและอาหารสำหรับเด็กเล็ก
มาตรา 25-29	การควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารเสริมสำหรับทารก
มาตรา 30-33	พนักงานเจ้าหน้าที่
มาตรา 34-49	บทกำหนดโทษ
มาตรา 50-52	บทเฉพาะกาล

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ตามนิยาม

ผลิตภัณฑ์ที่ถูก
ควบคุมภายใต้
ตามพ.ร.บ.

อาหารทารก

นมผงสูตร 1 และ 2

อาหารเด็กเล็ก

ตามประกาศรัฐมนตรี
โดยคำแนะนำของ
คณะกรรมการ
(ตอนนี้ยังไม่มี)

อาหารเสริมสำหรับทารก

ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ถูก
ควบคุม
ภายใต้นิยามตาม
พ.ร.บ.

นมผงสูตร 3

นมสำหรับหญิงตั้งครรภ์
และหญิงให้นมบุตร

นมโค

นมสด

นมพาสเจอร์ไรซ์

นม UHT

ละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

ควบคุม	อาหารสำหรับทารก	อาหารสำหรับเด็กเล็ก	อาหารเสริมทารก
โฆษณา	X	โฆษณาได้แต่ห้าม เชื่อมโยงทารก	X
แตกต่างจากอาหารอื่น	X	X	X
ติดต่อหญิงตั้งครรภ์ แม่และ บุตร	ครอบครัวที่มีทารกและเด็กเล็ก		ครอบครัวที่มีทารก ต่ำกว่า 6 เดือน
ส่งเสริมการตลาด (แจก อย่าง ลด แลก แถม)	X	X	ห้ามเฉพาะใน โรงพยาบาล

ละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

วัตถุประสงค์	อาหารสำหรับทารก	อาหารสำหรับเด็กเล็ก	อาหารเสริมทารก
นมให้ของขวัญ สิ่งจูงใจ แก่บุคลากร ยกเว้นธรรมจรรยา	X	X	X
นมให้สิ่งของที่มีตราสัญลักษณ์แก่สถานบริการสาธารณสุข	X	X	X
นมจัดประชุม สัมมนาให้แก่ผู้ตั้งครรภ์ แม่และบุคลากรสาธารณสุข	X (ยกเว้นให้ทุนแก่สถาบัน ราชวิทยาลัยเป็นคนจัด)		

ละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

ข้อความ	อาหารสำหรับทารก	อาหารสำหรับเด็กเล็ก	อาหารเสริมทารก
จัดทำข้อมูลบุคลากรได้แต่ ไม่มีหลักฐานวิทยาศาสตร์	X	X	X
บริษัทساتการใช้ผลิตภัณฑ์ ว่าที่ใดๆ	X	X	X
บริษัทอาหารทารกให้แก่ บริการสาธารณสุข ยกเว้น สำหรับเด็กป่วย หรือกรณี เป็นตามที่รมว.กำหนด	X	X	X

ละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

คณะกรรมการควบคุมการส่งเสริมการตลาดอาหารสำหรับทารกและเด็กเล็ก
รวมทั้งสิ้น 22 คน

ทำหน้าที่กำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และมาตรการ และสนับสนุนการพัฒนาระบบเฝ้า
ระวังและให้คำแนะนำแก่รัฐมนตรีในการออกประกาศตามพระราชบัญญัตินี้

ละเอียดของร่างพระราชบัญญัติฯ

บทกำหนดโทษ

- ไม่มีโทษสำหรับบุคลากร มีโทษสำหรับบริษัท
- โทษสำหรับบริษัท มีตั้งแต่ปรับไม่เกิน 1 แสนถึง 3 แสนบาท
- โทษจำคุกในกรณีฝ่าฝืนโฆษณา

สรุปประเด็นสำคัญ

1. พ.ร.บ. ควบคุมเรื่องการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด ของนมผง และอาหารเสริมสำหรับทารก
2. นมผงที่ถูกควบคุมคือ นมผงสำหรับทารก (สูตร 1 และ 2)
3. พ.ร.บ. ไม่ควบคุมการขาย ขายได้ตามปกติทุกที่ ทุกเวลา
4. บุคลากรสาธารณสุขให้ข้อมูลเรื่องนมผงได้ และรับข้อมูลเรื่องนมผงจากตัวแทนบริษัทได้

การดำเนินงานขั้นต่อไป

ผ่าน
ความเห็นชอบ
จาก สนช.
เมื่อ 4 เม.ย. 60

รอประกาศ
ในราชกิจจานุ
เบกษา

มีผลบังคับใช้
เมื่อ 60 วัน
หลังประกาศ

จัดทำประกาศ
กระทรวง
เพื่อประกอบ
การบังคับใช้
ภายใน 180 วัน



การดำเนินงานขั้นต่อไป

- . กระบวนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับ พรบ.
- . สรรหาและแต่งตั้งคณะกรรมการ คสทท.
- . จัดทำกฎหมายลำดับรอง
- . แต่งตั้งพนักงานเจ้าหน้าที่
- . พัฒนาระบบเฝ้าระวังและติดตามการบังคับใช้กฎหมาย

ประเด็นคำถาม

